



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y

Comercial

Carrera:

Tecnología en Comercio Exterior

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Elaboración de un plan para la exportación de oro scrap de la empresa Orocash de Guayaquil hacia Miami - Estados Unidos para el periodo del 2022 al 2023.”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior

Autor (a):

Michael Kelvin Álvarez Torres

Tutor:

MSc. Celida Sabina Gómez Sánchez

Guayaquil – Ecuador

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, Michael Kelvin Álvarez Torres, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, titulado: “Elaboración de un plan para la exportación de oro scrap de la empresa Orocash de Guayaquil hacia Miami - Estados unidos para el periodo del 2022 al 2023”, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....

Michael Kelvin Álvarez Torres

C.C.:

Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaría)

Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación.



Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación

MSc. Celida Sabina Gómez Sánchez, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, cuyo tema es: “Elaboración de un plan para la exportación de oro scrap de la empresa Orocash de Guayaquil hacia Miami - Estados Unidos para el periodo del 2022 al 2023.” fue elaborado por el (la) señor (Sra.) Michael Kelvin Álvarez Torres, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....
MSc. Celida Sabina Gómez Sánchez

Tutor de Trabajo de Titulación

Dedicatoria

Quiero dedicar esta tesina: Primero Dios, quien ha sido mi guía y mi fortaleza, que con su mano bendita y llena de fidelidad me ha sabido enrumbar por los buenos caminos. En segundo lugar, le dedico este trabajo a mi abuelita, quien con su plena sabiduría y su amor ha estado conmigo hasta el día de hoy, siempre en las buenas y en las malas. A todos mis jefes de Oro Cash, por su comprensión, cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso. A mis amigos por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas. Finalmente quiero dedicar esta tesina a mí padre y a mi madre, por apoyarme siempre cuando más los he necesitado, por extenderme su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, de verdad mil gracias, siempre los llevo en mi corazón y en mis oraciones.

Agradecimientos

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi abuelita, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mi padre, a pesar de nuestra distancia física, siento que está conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para él como lo es para mí.

A mi Madre, a quien la admiro mucho, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento.

A mis hermanos y hermanas, porque los amo infinitamente.

Índice de contenidos

Reconocimiento de Responsabilidad.....	II
Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaría).....	III
Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación.	IV
Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación.....	V
Dedicatoria	VI
Agradecimientos.....	VII
Índice de contenidos	VIII
Índice de tablas	XII
Índice de gráficos.....	XIII
Índice de imágenes	XIV
Índice de anexos	XV
Informe del Urkund	XVI
Resumen	XVII
Abstract.....	XVIII
Introducción.....	1
Formulación del problema.....	3
Formulación del objetivo.....	3
CAPÍTULO I.....	6
1. Fundamentación	6
1.1 Marco Histórico.....	6
1.1.1 Inicios de la Exportación.....	6
1.1.2 Exportación de Oro	7
1.1.3 Orocash	7
1.1.4 Plan de Exportación	8
1.2 Marco teórico.....	9
1.2.1 Teorías de la Internacionalización	9

1.2.2	Distribución.....	10
1.2.3	Comercialización.....	11
1.2.4	Proceso de Envío.....	12
1.2.5	Proceso de exportación.....	12
1.2.6	Análisis estadístico de las exportaciones ecuatorianas de Oroscrap.....	13
1.3	Marco conceptual.....	17
1.4	Marco Jurídico.....	19
1.4.1	Constitución de la República del Ecuador.....	19
1.4.2	Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025.....	21
1.4.3	Ley De Minería.....	22
1.4.4	Código orgánico de la producción, comercio e inversiones.....	23
1.4.5	Ley de régimen tributario interno.....	25
1.4.6	Servicios de Rentas Internas (SRI).....	25
1.4.7	Ordenanza que establece el cobro del impuesto anual de patente en el cantón Guayaquil.....	26
1.4.8	Servicio nacional de aduana del Ecuador.....	27
1.4.9	Resolución Nro. SENAE-SENAE-2017-0564-RE.....	30
1.4.10	Políticas de la empresa Orocash.....	30
CAPÍTULO II.....		33
2.	Metodología empleada.....	33
2.1	Tipo de enfoque de la investigación.....	33
2.2	Tipos de Investigación.....	33
2.3	Métodos de investigación.....	34
2.3	Técnicas de investigación y fuentes.....	35
2.4.1	Observación.....	35
2.4.2	Entrevista.....	35
2.4.3	Encuesta.....	36

2.4	Universo y Muestra.....	36
2.4.2	Universo	36
2.4.3	Muestra.....	37
2.5	Técnicas de recolección de datos y herramientas de investigación	37
2.5.1	Análisis de observación.....	37
2.5.2	Análisis de entrevista.....	39
2.5.3	Análisis de encuesta:	41
2.6	Herramientas de análisis	49
2.6.1	Análisis DAFO (FODA).....	49
2.6.2	Modelo CAPA	50
2.6.3	Análisis PEST.....	50
Capítulo III	52
3.	Desarrollo de la Propuesta.....	52
3.1	Título de la Propuesta	52
3.2	Objetivo de la Propuesta	52
3.3	Descripción de la Propuesta.....	52
3.4	Factibilidad de la Aplicación	53
3.4.1	Factibilidad Operativa	53
3.4.2	Factibilidad Administrativa	53
3.7.3	Factibilidad Técnica	53
3.4.4	Factibilidad Comercial	54
3.4.5	Factibilidad Económica	54
3.4.6	Factibilidad Social	55
3.4.7	Factibilidad Legal.....	56
3.5	Estudio de mercado de consumo de oro en Miami- Estados Unidos.....	57
3.6	Proceso de exportación de la propuesta.....	58
3.6.1	Proceso del exportador	58

3.6.2	Flujograma del proceso de exportación.....	59
3.6.3	Proceso de exportación.....	60
3.6.3	Proyección de ventas	63
3.6.4	Estructura de costos fijos y variables	64
3.6.5	Estructura de Inversión.....	64
3.7	Ficha logística de Estados Unidos	66
3.8	Costos logísticos	69
	Conclusiones.....	71
	Recomendaciones	72
	Bibliografía.....	73
	Anexos.....	77

Índice de tablas

Tabla 1 Top 10 de países de competencia para las exportaciones (2016 a Jun 2021)	13
Tabla 2 Total en gramos de material exportado a EE-UU	15
Tabla 3 Consumo CIF valor de los 10 países en el periodo 2016-2021	16
Tabla 4 Ficha de entrevista al Gerente.....	39
Tabla 5 Formato de entrevista a un trabajador.....	40
Tabla 6 Pregunta 1	41
Tabla 7 Pregunta 2	42
Tabla 8 Pregunta 3	43
Tabla 9 Pregunta 4	44
Tabla 10 Pregunta 5.....	45
Tabla 11 Pregunta 6.....	47
Tabla 12 Pregunta 7.....	48
Tabla 13 Análisis FODA	49
Tabla 14 Modelo CAPA.....	50
Tabla 15 Análisis PEST	51
Tabla 16 Flujo de efectivo neto	54
Tabla 17 Proyección de ventas	63
Tabla 18 Presupuesto de ventas.....	63
Tabla 19 Costos fijos.....	64
Tabla 20 Inversión tangible del proyecto.....	65
Tabla 21 Datos básicos.....	66
Tabla 22 Desempeño logístico	66
Tabla 23 Comercio Bilateral: Estados Unidos - Ecuador.....	67
Tabla 24 Relaciones Comerciales: Estados Unidos - Mundo	68
Tabla 25 Costos logísticos de flete.....	69
Tabla 26 Ficha de observación	77

Índice de gráficos

Gráfico 1 Cantidad de exportación a EE-UU de los 10 principales países que son competencia (2016- 2021)	14
Gráfico 2 Valor total de exportación con su unidad de medida que exporta los 10 países principales.....	15
Gráfico 3 Consumo CIF valor de los 10 países en el periodo 2016-2021	17
Gráfico 4 Pregunta 1	41
Gráfico 5 Pregunta 2.....	43
Gráfico 6 Pregunta 3.....	44
Gráfico 7 Pregunta 4.....	45
Gráfico 8 Pregunta 5.....	46
Gráfico 9 Pregunta 6.....	47
Gráfico 10 Pregunta 7.....	48
Gráfico 11 Participación Acumulada - Importaciones	68

Índice de imágenes

Imagen 1 Proceso de selección	38
Imagen 2 Oro triturado	38
Imagen 3 Caja para la exportación	39
Imagen 4 Selección del oro scrap	60
Imagen 5 Pesado de cada pieza	61
Imagen 6 Obtención de oro scrap	61
Imagen 7 Dimensiones de la caja para la exportación.....	62

Índice de anexos

Anexo 1 Formato de la observación	77
Anexo 2 Formato de la entrevista al gerente	78
Anexo 3 Formato de entrevista al encargado.....	78
Anexo 4 Formato de las encuestas	79



CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “**Elaboración de un plan para la exportación de oroscrap de la empresa Orocash de Guayaquil hacia Miami - Estados unidos para el periodo del 2022 al 2023**”

CERTIFICO

Que el trabajo del estudiante **MICHAEL KELVIN ÁLVAREZ TORRES** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **COPYLEAKS**. Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa

Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico

Resumen

Este trabajo recopila los diferentes procesos que se llevan a cabo para una exportación de Oroscrap hacia los Estados Unidos.

En las exportaciones que realiza el Ecuador hacia aquellos países del exterior es bajo el régimen de exportación temporal para perfeccionamiento pasivo y se logra identificar que gracias a la tecnología el material tiene un manejo adecuado para su respectiva reutilización cuando sean importados nuevamente, creando las joyas que estarán elaborada a base de oro scrap con diseños exclusivos para el mercado nacional y extranjero.

La minería en Ecuador, tiene hoy en día una gran ventaja, exportar a mercados internacionales, con un gran potencial de clientes, aprovechando las ventajas y beneficios que significa hacer negocios con empresas de otros países. Para ser competitivos y lograr una exportación exitosa en los mercados internacionales.

Es importante conocer los requisitos, procedimientos, la normativa legal, los trámites y además estar al tanto de la información necesaria para realizar una excelente negociación con clientes internacionales.

Nosotros como futuros exportadores debemos gestionar una marca con responsabilidad, puntualidad, ética y respeto. Tomando en cuenta que no sólo vamos a representar la empresa sino también al Ecuador.

La presente Guía de Exportación tiene por objeto orientar, apoyar y poner en las manos al departamento comercial, una fuente de consulta en la cual, en un lenguaje didáctico y práctico, damos respuesta a las dudas más comunes sobre la exportación de Oroscrap, incluso aportamos con información detallada sobre cada paso del proceso de exportación para que logren comercializar eficiente y exitosamente el producto en el exterior.

Esperamos que esta guía, que fue concebida a partir de una apasionante y comprometida experiencia realizada por su autor, sea de utilidad para ustedes y contribuya al crecimiento de la empresa Orocash, por ser los pioneros en formalizar la primera exportación directa de oro certificado hacia los Estados Unidos.

Palabras claves: Oroscrap, internacionalización, franquicias, perfeccionamiento pasivo, reutilización, reimportación, innovador, infraestructura, consumidores, régimen, marketing, globalización, conceptual.

Abstract

This work compiles the different processes that are carried out for an Oroscrap export to the United States.

In the exports that Ecuador makes to those foreign countries, it is under the temporary export regime for passive improvement and it is possible to identify that thanks to technology the material has an adequate handling for its respective reuse when they are imported again, creating the jewels that They will be made from scrap gold with exclusive designs for the national and foreign markets.

Small-scale mining in Ecuador today has a great opportunity, exporting to international markets, with a great potential for customers, taking advantage of the advantages and benefits of doing business with companies from other countries. To be competitive and achieve a successful export in international markets.

It is important to know the requirements, procedures, legal regulations, procedures and also be aware of the information necessary to carry out an excellent negotiation with international clients.

We as future exporters must manage a brand with responsibility, punctuality, ethics and respect. Considering that we are not only going to represent the company but also Ecuador. The purpose of this Export Guide is to guide, support and put in the hands of the commercial department, a source of consultation in which, in a didactic and practical language, we answer the most common doubts about the export of Oroscrap, we even provide with detailed information on each step of the export process so that they can efficiently and successfully market the product abroad.

We hope that this guide, which was conceived from an exciting and committed experience carried out by its author, will be useful for you and contribute to the growth of the Orocash company, for being the pioneers in formalizing the first direct export of certified gold to the United States.

Introducción

La presente tesina tiene como finalidad la elaboración del plan de exportación de oro scrap de la empresa Orocash de Ecuador tiene como mercado objetivo a Estados Unidos la ciudad de Miami. Puesto que es uno de los países con mayor demanda en lo que a joyería se refiere. El proyecto de exportación de oro scrap, tiene como denominación “Orocash”, dedicada a la exploración de oro, dirigida a las joyerías de Miami, este oro que se maneja en la empresa son los sobrantes que se obtiene de las joyas creadas, estos residuos son exportados a países como Italia y Turquía para un perfeccionamiento pasivo.

En las exportaciones que realiza el Ecuador hacia aquellos países es bajo el régimen de exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo y lograr identificar que gracias a la tecnología, el material tiene una conducción adecuada para su respectiva reutilización cuando sean importados nuevamente, fabricando joyas que estarán elaboradas a base de oro scrap con diseños exclusivos para el mercado nacional y extranjero.

El ser humano ha sido siempre ha sido innovador que desde sus inicios ha ido experimentado, inspeccionando y convertido los recursos, servicios y productos. Estableciendo de este modo varios tipos de necesidades en las personas, siendo una de las prioridades dar otra utilidad o reutilización al oro scrap, una opción de sobresalir y diferenciarse ante los demás.

Orocash es la primera empresa nacional especializada en el sector de la compra y venta de oro y la compra de oro como inversión. Existe una máxima rentabilidad, cómoda gestión en la operativa diaria y la seguridad como elemento clave. Orocash es un modelo de negocio excelente, tanto para autoempleo como también para un emprendimiento de inversores en sociedades.

Desde el año 2007 con más de 89 centros y más de 1.500.000 de clientes, Orocash ha aumentado de manera firme, brindando a sus clientes nuevos medios en oportunidades de inversión.

Para analizar esta problemática de cómo logra la joyería Orocash exportar oro a Miami-Estados Unidos en el periodo del 2022 al 2023 convirtiéndose así la joyería como uno de los principales proveedores, por lo que es necesario conocer e identificar los requisitos de cómo será su exportación, mencionando los posibles ventajas y desventajas que tendría la empresa a corto o largo plazo.

Lo que se va a averiguar con la planificación de un negocio de exportación es incluir sistemáticamente el servicio propuesto en el mercado internacional en este caso Miami- Estados Unidos ya que la empresa Orocash mantuvo contacto con dos joyerías mayoristas interesadas en el servicio, debido a que la empresa ecuatoriana ofrece mantener una eficiencia y la rentabilidad estable. Para ello Orocash propone exportaciones con menores costos y mayores ganancias.

Pero dado a la crisis internacional producto de la pandemia producida por el Covid- 19, los tramites o requisitos establecidos ha cambiado y lo ha vuelto más estricto con relación a la exportación e importaciones a nivel mundial. Es por ello que las exportaciones poseen una serie de trámites que se debe cumplir, por lo general los trámites del país de donde se quiere exportar en este caso Ecuador son los más fáciles, pero si se dificulta al obtener la serie de requisitos establecidos por el país a donde se exportara el producto.

Es por esto que la planificación de exportaciones es interesante porque es un documento de presentación que describe las acciones que debe tomar una empresa para exportar un producto en particular.

Este plan de ventas es muy similar a cualquier otro, pero debe tener en cuenta la diferentes variables y requisitos de exportación para diferentes mercados, como cultura, situación política, infraestructura, geografía, gustos y preferencias de los consumidores

Los factores anteriores están fuera del control de la empresa exportadora, pero hay otros factores que puede controlar. Estos elementos componen el marketing mix: distribución, precios, promociones, productos. Por otra parte, es importante establecer los indicadores socioeconómicos de los interesados en realizar este proyecto como es la empresa Orocash, ya que si las exportaciones de oro scrap son un hecho y en un volumen considerable se podría incluir adicionalmente la venta al exterior de las joyas que tenemos en la empresa, además como ya se dijo anteriormente Orocash es una empresa dirigida a la venta de franquicias por lo que motiva a más personas a emprender e incorporar en el negocio con un amplio campo para la exportación, ya que si es factible el proyecto planteado con relación a las ventas a Estados Unidos será igual de factible en otros países.

De igual manera es de conocimiento público que para lograr obtener esta apertura de vía internacional para la exportación la empresa sufrirá pérdidas debido a la inversión que deberá

realizar.

Sin embargo, las ganancias serían altas a largo o corto plazo todo dependerá de realizar un adecuado y estable plan de exportación percatándose y solucionando todos los problemas que se encuentre en el proceso.

Formulación del problema

¿Cómo puede la joyería Orocash exportar oro a Miami -Estados Unidos en el periodo del 2022 al 2023?

En la actualidad la empresa Orocash con más de 20 años en el mercado ecuatoriano solo se concentra en el mercado nacional, pero debido a la globalización la misma empresa se fija en miras de la internacionalización queriendo exportar la materia prima (**oro scrap**) hacia Miami como primer punto de partida. No realizan exportaciones por desconocimiento del proceso, con este plan de exportación la empresa tendrá los conocimientos necesarios para realizar la debida gestión y ganar mercado en el exterior.

Formulación del objetivo

Elaborar un plan de exportación de oro scrap de la empresa Orocash de Ecuador en el período 2022 - 2023 con destino Miami Estados Unidos.

En si el propósito es describir y definir el objetivo que se planteó, si las acciones que se efectuó ayudo a resolver los problemas sobre la exportación, ayuden a evaluar los resultados y a comprometer al personal involucrado para saber si es o no factible y llevar a cabo el plan.

La tesina está elaborada por tres capitulos los cuales son:

Capítulo I: Establecer los fundamentos históricos, teórico, conceptual y legal para tener una base sólida con relación a la información obtenida

- Establecimiento del marco histórico. - se refiere al estudio de diferentes factores sociales, económicas y políticas que sucedió durante cierto tiempo y lugar. Es lo que nos permitirá aclarar, examinar y ayudarnos a comprender el motivo por el cual la empresa tiene la iniciativa de querer abrirse más internacionalmente.

- Configuración del marco teórico. - es el resultado de la formulación del tema y el planteamiento del problema, ya que se tiene la idea clara y puntual de lo que se va a investigar. Se refiere a todas las fuentes de consulta teórica de que se puede disponer sobre el problema a investigar.
- Presentación del marco conceptual. - Aquí se detallará los conceptos, argumentos e ideas que se han desarrollado en relación con un tema. La información de los conceptos debe ser organizada sistemáticamente para que el lector pueda comprenderla de mejor manera.
- Confirmación del marco legal. - facilita las bases sobre las cuales la empresa edifica, establece el alcance y naturaleza de la participación política. El marco legal habla de la integridad de la empresa, en base a las regulaciones y leyes relacionadas entre sí.

Capítulo II: Se realiza un análisis de la metodología que se aplicara dependiendo al tipo de población que va dirigida la investigación.

El marco metodológico de investigación detallara cómo se ejecutan las fases del proceso investigativo, que corresponde a la recopilación, análisis y definición de datos.

La investigación se realizó bajo una serie de metodologías, técnicas y herramientas que en el proyecto es necesario obtener la información primaria y secundaria con la finalidad de dar a conocer el desarrollo y evolución de la planificación para la exportación del oro scrap, y obtener de esta manera proyecciones que nos permita originar una base de datos para estructurar la tesina uniendo todos los elementos y aportando en base de estos la información sostenible y verdadera.

Por ello, el presente trabajo intenta de la misma forma bosquejar diferentes métodos de estudio que se acople al desarrollo de la recolección de información para identificar las principales variables que determinan el nivel de exportaciones de oro en el Ecuador de otras empresas.

La metodología exploratoria - descriptiva, será la que se utilizara para la recopilación de información la cual será utilizada para su posterior análisis, y nos conllevará a conclusiones que permitan observar perspectivas positivas o negativas de la exportación de oro scrap hacia Miami - Estados Unidos.

Para llevar a cabo los posibles resultados se realizará entrevistas con el dueño y gerente de la empresa, conocer el estado de la empresa y estar al tanto si esta lista para cubrir con los gastos

de implementación del plan de exportación propuesto, además se realizara las debidas entrevistas que serán tomada como información secundaria y estará dirigida a los empleados.

Toda la información que se hay obtenga por medio de la metodología será con el primordial objetivo de evaluar el plan de exportación de oro scrap de la empresa Orocash de Ecuador en el período 2022 - 2023 con destino Miami Estados Unidos.

Capitulo III: Finalmente en el capítulo tres se analizan el desarrollo de una propuesta.

En el último capítulo se podrá plantear el plan para la exportación de oro scrap de la empresa Orocash de Guayaquil hacia Miami- Estados unidos para el periodo del 2022 al 2023. Es decir que, ya realizado todo el estudio, visualizado las fortalezas y debilidades de la empresa podremos obtener una respuesta y ver si la idea es factible o no para su posible ejecución.

Finalmente expondremos las conclusiones a las que hemos llegado con el desarrollo del trabajo de investigación y las sugerencias que como investigar damos para la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO I

1. Fundamentación

1.1 Marco Histórico

1.1.1 Inicios de la Exportación

El análisis se concentra en caracterizar el comercio entre Ecuador y Estados Unidos en tres aspectos, su evolución, composición y tendencias. En el primer caso se ha tomado en cuenta los datos proporcionados por Trade Map sobre importaciones y exportaciones en valor FOB, desde el año 2001 al 2017; en la composición se ha considerado el tipo de acuerdos y limitantes que afectan o apoyan el comercio entre naciones, y en tendencias, las perspectivas actuales y futuras del comercio. (Urgilés, 2018, pág. 139)

Se presenta la evolución de las exportaciones e importaciones de Ecuador frente a Estados Unidos, expresado en valor FOB en miles de dólares. El comportamiento de las exportaciones muestra una tendencia a mantenerse en crecimiento, con un valor de 1.781.233 miles USD en el año 2001, que se eleva hasta un máximo de 11.239.608 en el año 2014, no obstante en los años 2007, 2009 y 2015 se produce una disminución en comparación al año anterior del -12, 41%, -45,16% y -35,71% respectivamente, lo que puede ser el resultado de la incertidumbre por el período electoral y la reducción en los precios del petróleo en los años 2007 y 2009, y en el 2015. (Urgilés, 2018, pág. 139)

En cuanto a las importaciones realizadas por Ecuador desde Estados Unidos, se identifica un valor de 1.326.442 miles USD en el año 2001 elevándose constantemente hasta un monto de 7.692.957 miles USD en el año 2014, para luego reducirse nuevamente en el 2015 a 5.085.696 miles USD, igualmente como resultado de la crisis económica mundial petrolera, y que terminaría para el 2017 con solo 3.960.209 miles USD. (Urgilés, 2018, pág. 139)

Es observable que la variación en el crecimiento de las importaciones fue menor que en las exportaciones, pues como muestra la figura 1, en donde existe crecimiento, aunque bajo, en casi todos los períodos, con excepción de los años 2003, 2011, 2015 y 2016, donde se contrajeron las exportaciones en un -17%, -10%, -34% y -26% respectivamente. (Urgilés, 2018, pág. 141)

1.1.2 Exportación de Oro

Según la Federación de Exportadores, desde el 2004, Estados Unidos ha sido nuestro primer socio comercial para las partidas de joyería de plata y oro. Sin embargo, se demuestra la necesidad de aumentar nuestra oferta exportable con definidas estrategias de comercialización y regularización del cumplimiento de trámites de exportación. Se trata sin duda de un mercado interesante, por volumen y perspectivas de crecimiento, altamente competitivo en el que ni los más tradicionales participantes como Italia tienen asegurada su cuota de mercado. (Gordón, 2011, pág. 32)

Llegar a los grandes almacenes es muy difícil para cualquier fabricante que no haya trabajado ya en el mercado y las pequeñas joyerías de prestigio no ofrecen la posibilidad de volúmenes de ventas suficiente que hagan las operaciones atractivas. Son pocos los casos en los que, como consecuencia de una primera aproximación (asistencia a una feria, misión comercial), se obtiene resultados positivos inmediatos. (Gordón, 2011, pág. 33)

El cliente norteamericano suele exigir garantías que sólo el tiempo, la insistencia y una adecuada política de promoción pueden proporcionar. Tener un representante en el país es casi imprescindible, por cuanto los encargados de compras de los grandes almacenes tienen que tratar con infinidad de ofertas, y no pasan a considerarlas si no aparece la figura del representante. El acceso a pequeñas joyerías es más fácil, en muchos casos la venta a las mismas se hace de forma directa, después de que la joyería tras analizar el press kit y la viabilidad del producto, considera que se adapta a lo que venden. (Gordón, 2011, pág. 33)

1.1.3 Orocash

Surgió en Guayaquil, Cuenca y Quito, muchos dudaron del giro de negocio que iba a manejar e inclusive pensaron que no duraría. Hace 15 años, varios emprendedores dieron el primer paso en marcar una tendencia y establecer precios justos en la compra y venta de joyas. Pero esta empresa no solo se dedica a esta actividad, sino que también las fabrica y las refacciona. Todo esto con la visión de que la joya es un sinónimo de belleza y ellos trabajan para hacer felices a sus clientes y hacerlos lucir elegantes con un detalle precioso, que seguro los hará brillar a su paso. (Orocash, 2021)

Pero su éxito no radica ahí, su clave principal fue el ser un negocio generador de empleo, pues gracias a su gran visión lograron hacer alianzas con orfebres ecuatorianos, junto a los cuales implementaron un taller de fabricación del que salen colecciones propias de joyas, como:

dijes, pulseras aretes, cadenas y otras piezas. De otro lado, Orocash, y su crecimiento han sido imparables, ya que cuentan con 300 colaboradores y 86 agencias en el 90% del territorio nacional.

Orocash piensa en sus clientes y por ello ha diseñado planes para la adquisición de las joyas en el metal más precioso del mundo, le ofrecen precios cómodos, planes acumulativos y compras con tarjeta de crédito. A futuro tiene planes para seguir creciendo y tiene alianzas a la vista con grupos extranjeros que le permitirán expandirse.

Es por ello que la empresa trabaja constantemente en la creación de más fuentes de ingreso abriéndose camino de manera internacional conquistando cada vez en los países de tercer nivel, y mediante este plan de exportación la empresa tiene propuesto llegar al mercado de Estados Unidos.

1.1.4 Plan de Exportación

El Plan de Exportación es una herramienta imprescindible para cualquier empresa que quiera iniciar o consolidar su posición en mercados exteriores. El objetivo del Plan es dar respuesta a las principales cuestiones que se plantean en la elaboración y puesta en práctica de la estrategia comercial internacional, debe estructurarse en etapas claramente diferenciadas siguiendo el orden secuencial de las operaciones de comercio internacional, analizando cada uno de los aspectos clave de la estrategia de la empresa en relación a los mercados internacionales.

“El Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas define a un plan de exportación como un requisito que permite realizar la exportación correctamente, ya que asiste en la planeación de la viabilidad del negocio, en la determinación de mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación”. (Ceballos, 2021)

Características

- Establece criterios de medición para saber los logros obtenidos
- Identifica oportunidades para aprovecharlas
- Involucra a los colaboradores en su aplicación
- Prevé contingencias
- Es corto, claro, preciso e informativo
- Su elaboración no es secuencial sino simultanea

Un buen plan de exportación debe contener al menos los siguientes aspectos:

- **Producto o servicio:** Características y necesidad que satisface en el mercado internacional, licencias o certificados, modificaciones al empaque necesarias.
- **Precios:** Costos de envío, aranceles, impuestos, estrategia de precios, propiedad intelectual.
- **Promoción:** Modificaciones a la estrategia de mercadotecnia, plataformas de comercio electrónico, redes sociales, ferias o convenciones donde se anunciará.
- **Administración:** Objetivos de exportación, compromiso de la compañía en asuntos de exportación, expectativas en el nivel del retorno sobre inversión.
- **Personal:** Experiencia en asuntos internacionales, idiomas, estructura del departamento de exportación, personal de ejecución.
- **Finanzas:** Capital para exportar y comercializar, costos operativos del departamento, gastos iniciales, planes de desarrollo, flujos de efectivo, rentabilidad, formas internacionales de pago (letras de crédito).
- **Competencia y aspectos internacionales:** Competidores nacionales y extranjeros, lecciones aprendidas, logística internacional, proceso de importación y exportación, barreras arancelarias, contratos internacionales.

1.2 Marco teórico

A lo largo de la historia Ecuador, al igual que varios países de América Latina se especializa por ser exportadores de productos de primera necesidad y de igual manera es importador de productos con valores agregados.

1.2.1 Teorías de la Internacionalización

La internacionalización es considerada por varios autores como un proceso que posee etapas que suceden en un orden correcto, en que cada de las empresas incrementan el nivel de relación internacional y cambia la forma organizacional.

- **Teoría de la internalización.** - La teoría está encaminada únicamente a exponer la forma de ingreso que manejan las empresas multinacionales para establecerse en un país de destino, es decir buscar la internacionalización. Esta teoría indica que el mercado posee aun fracasos o problemas que crean costos de transacción que son aquellos en que incide por llevar a cabo el intercambio de un bien, producto o servicio

y por estar alerta con el cumplimiento de lo convenido con ambos países el que exporta y el que recibe.

- **Teoría de los recursos de la empresa.** - La teoría de los recursos de la empresa (RBV por sus siglas en inglés) plantea que las empresas y organizaciones tienen recursos o capacidades concretas que los gerentes manejan para implantar productos que satisfacen las necesidades de sus clientes, lidiando al mismo tiempo con la oferta de la competencia. Los recursos son factores útiles o inputs dentro del proceso de generación de valor en la empresa, mientras que una capacidad es la habilidad o facultad de un conjunto de recursos de desarrollar algunas tareas o actividades generando ventaja competitiva de base interna. (Ruff, 2018)
- **Paradigma Ecléctico o Modelo OLI.** - El paradigma ecléctico (también llamado Modelo OLI por sus siglas en inglés). Este modelo también plantea, para que una empresa invierta en una sucursal productiva en el extranjero, debe cumplir con 3 condiciones o “ventajas” simultáneamente: de propiedad (O), de localización (L), y de internalización (I), las cuales serán analizadas a continuación. (Ruff, 2018)
- **Teoría de redes.** Por medio de esta teoría se entiende que la entrada a mercados exteriores se da en función de las interacciones organizativas continuas entre nodos locales e internacionales, en otras palabras, las relaciones comerciales que mantienen las empresas locales con empresas internacionales influirán en la búsqueda de información que les permita actuar sobre mercados particulares. La posibilidad de aprovechar las oportunidades empresariales depende en gran medida del tamaño de la red organizacional y de la diversidad de la misma.

1.2.2 Distribución

La distribución internacional de productos es por hoy parte de nuestro paisaje más cotidiano. El crecimiento y evolución de las nuevas tecnologías y, por su lado, de las redes de transporte internacional, cada vez más ampliadas y capacitadas, han logrado internacionalizar la cadena de suministros, transformando el modelo mediante el que se desarrollaba la gestión logística. (Serrana, 2021)

1.2.2.1 Tipos de Estrategias de Distribución Internacional

Debemos entonces decidir, antes que nada, la estrategia de distribución internacional que se basará en la cobertura que se quiera dar a la distribución de los productos. Por ellos presentamos

los tipos de estrategias de distribución: (Serrana, 2021)

- **Estrategia de distribución intensiva.** La empresa debe buscar el mayor número de ventas posibles para asegurarse de que su producto consiga la máxima cobertura posible de distribución y conseguir así el mayor número de ventas posibles. Esta estrategia es la perfecta para productos de primera necesidad y materias primas.
- **Estrategia de distribución selectiva.** En este caso, los productos son ubicados solamente en los puntos de venta seleccionados. En esta estrategia el producto se distribuye a un número más pequeño de intermediarios y es perfecto para productos donde el comprador compara precios para conseguir la mejor relación calidad precio.
- **Estrategia de distribución exclusiva.** En esta estrategia de distribución los productos se ubican en un único punto de venta de forma exclusiva. En este caso, el distribuidor, tiene el derecho exclusivo de vender la marca y se compromete a no vender productos de otras marcas competitivas de la misma categoría. Esto es perfecto para diferenciar el producto y establecer un prestigio y una calidad alta a la marca. (pág. 22)

1.2.2.2 Tipos de Canal de Distribución Internacional

Entre los tipos de canal que podemos encontrar están:

- **Canal directo:** va del productor al consumidor directamente.
- **Canal corto:** del productor se pasa al minorista, y de este, al consumidor.
- **Canal largo:** del productor pasa al mayorista, de este al minorista y de este al consumidor.

1.2.3 Comercialización

Son a todas las actividades comerciales que tienen que ver con la transferencia de bienes, recursos, ideas, tecnologías y servicios a través de los distintos países y sus mercados (forma parte de la economía).

En términos de los acuerdos comerciales, Ecuador ya se beneficia de acceso preferencial al mercado europeo, uno de sus mercados más interesantes, en algunos casos, concluyendo los trámites legales para la entrada en vigencia de los tratados de libre comercio con los Estados

Unidos, el Reino Unido y la Asociación Europea de Libre Comercio. Explorar tratados de libre comercio con economías asiáticas también sería una medida bien recibida por los empresarios ecuatorianos. (Delatorre, 2021)

1.2.4 Proceso de Envió

Se procede a guardar el material en fundas de seguridad donde debidamente se coloca en cada funda de seguridad una etiqueta en la cual indica el peso, el quilate y la fecha. Por indicación directamente de aduana todo se embala y se guarda en una caja de madera de medidas 30 x 30 x 30, el funcionario de la aduana hace el aforo físico y luego de la respectiva revisión también de antinarcóticos, se procede a sellar la caja con clavos para madera, zunchos de seguridad y una última etiqueta donde indique peso total, los quilates, nombre del comprador y la fecha.

Todo esto se envía vía área mediante American Airlines en FOB régimen 40 (exportación definitiva) al comprador quien recibe en el aeropuerto Miami Airport en Miami florida.

1.2.5 Proceso de exportación

Cuando hablamos de un proceso de exportación, decimos que todo procedimiento sea individual o colectivo para realizar una exportación debe cumplir con ciertos parámetros que conlleva un proceso de exportación.

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante. (Amendaño & Jhonny José Delgado Samaniego, 2015)

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

- Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)
- Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación. (Aduanas del Ecuador, 2021)

1.2.6 Análisis estadístico de las exportaciones ecuatorianas de Oroscrap

1.2.6.1 Tablas dinámicas

Las tablas dinámicas nos permiten calcular de manera muy rápida y eficiente cálculos y agregaciones o estadísticos de la data que vas a analizar. Por ello son muy recomendadas y útiles. (Castelan, 2021)

Las tablas dinámicas en Excel sirven para analizar datos con mayor detalle y para responder preguntas inmediatas sobre la data trabajada.

1.2.6.1.1 Cantidad de exportación a EE-UU de los 10 principales países que son competencia

En nuestra tabla relacionamos el top 10 de países los que son la principal competencia exportación que tiene el Ecuador al enviar el oro scrap e el periodo 2016 hasta el 2021, sobresaliendo 2 países como argentina y Australia que son los países que más exporta oro a EEUU.

Tabla 1 Top 10 de países de competencia para las exportaciones (2016 a Jun 2021)

Etiquetas de fila	Suma de CANTIDAD 1
Afganistán	62,00
Antigua and barbuda	15.334,00
Argentina	21.155.182,00
Aruba	49.793,00
Australia	64.907.533,00
Austria	181.055,00
Bahamas	17.260,00

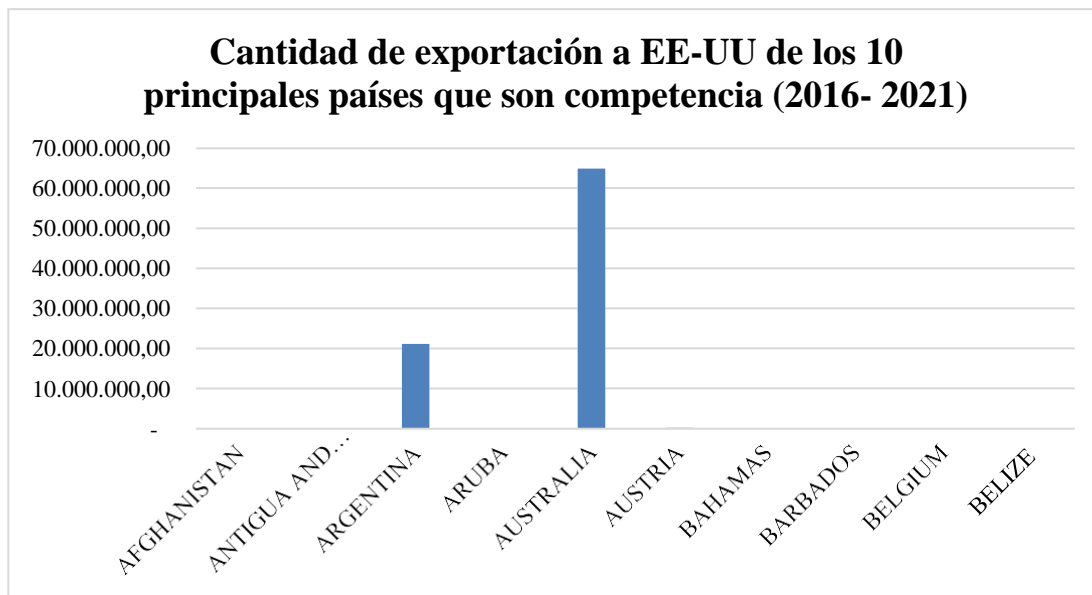
Barbados	98.897,00
Belgium	50.274,00
Belize	307,00
Total general	\$ 86.475.697,00

Fuente: Datasur

Elaboración: El autor

En la tabla anterior se puede verificar que el país que más compra nuestro producto es Australia, con una suma total de \$ 64'907.533,00, seguido de Argentina con una cantidad de \$ 21'155.182,00 y Austria con una total de \$ 181.055,00 que son los países con más exportación hacia Estados Unidos y los principales y por lo que como país y empresa se desea estar incluidos entre ellos.

Gráfico 1 Cantidad de exportación a EE-UU de los 10 principales países que son competencia (2016- 2021)



Fuente: Datasur

Elaboración: El autor

1.2.6.1.2 Valor total de exportación con su unidad de medida que exporta los 10 países

A continuación, tenemos 3 parámetros que relacionamos, vemos el total en los que se ha importado el producto de los 10 países también y con la respectiva unidad de medida que

predomina que son los gramos.

Tabla 2 Total en gramos de material exportado a EE-UU

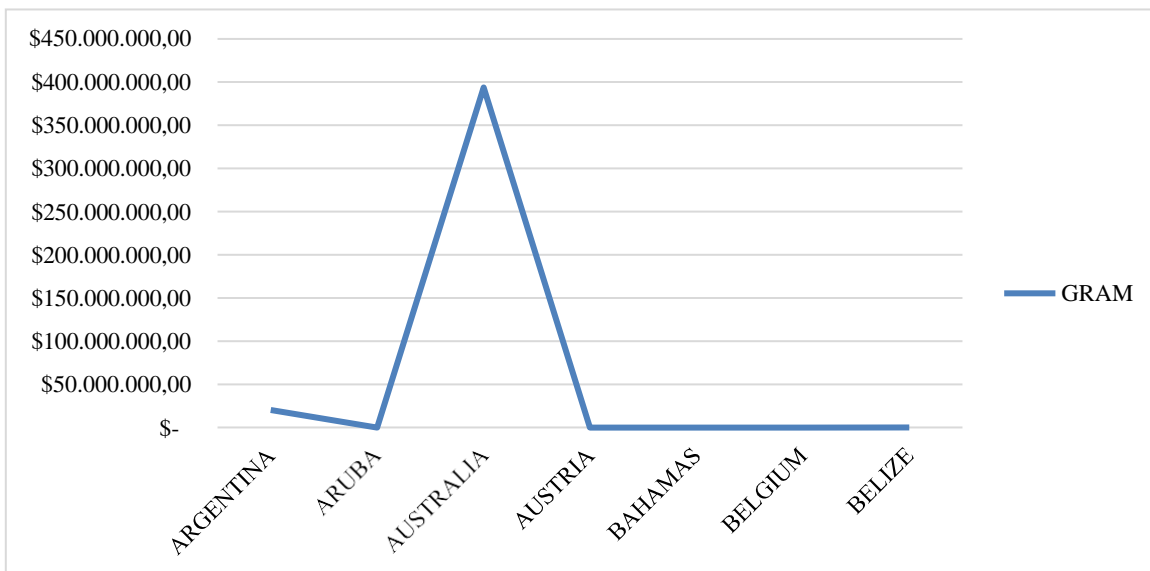
Suma de TOTAL DE VALOR	Etiquetas de columna	
Etiquetas de fila	GRAM	Total general
Argentina	\$ 20.266.188,00	20266188
Aruba	\$ 40.783,00	40783
Australia	\$ 393.660.282,00	393660282
Austria	\$ 86.947,00	86947
Bahamas	\$ 44.362,00	44362
Belgium	\$ 83.049,00	83049
Belize	\$ 3.000,00	3000
Total general	414184611	414184611

Fuente: Datasur

Elaboración: El autor

Como se identificó anteriormente es notable que Australia exporta en grandes cantidades el cual obtiene el primer lugar con 393.660.282,00 gramos exportados seguido de Argentina con 20.266.188,00 gramos en el periodo 2016-2021 exportados al país principal como lo es Estados Unidos.

Gráfico 2 Valor total de exportación con su unidad de medida que exporta los 10 países principales



Fuente: Datasur

Elaboración: *El autor*

1.2.6.1.3 Consumo CIF valor de los 10 países en el periodo 2016-2021

Se logra observar a simple vista que Australia es el principal país que Estados Unidos importa en el año 2020 a pesar de la crisis producto por la pandemia es el único país que se ha mantenido estable económicamente ya que sus índices se mantienen creciendo constantemente seguido de Argentina.

Tabla 3 Consumo CIF valor de los 10 países en el periodo 2016-2021

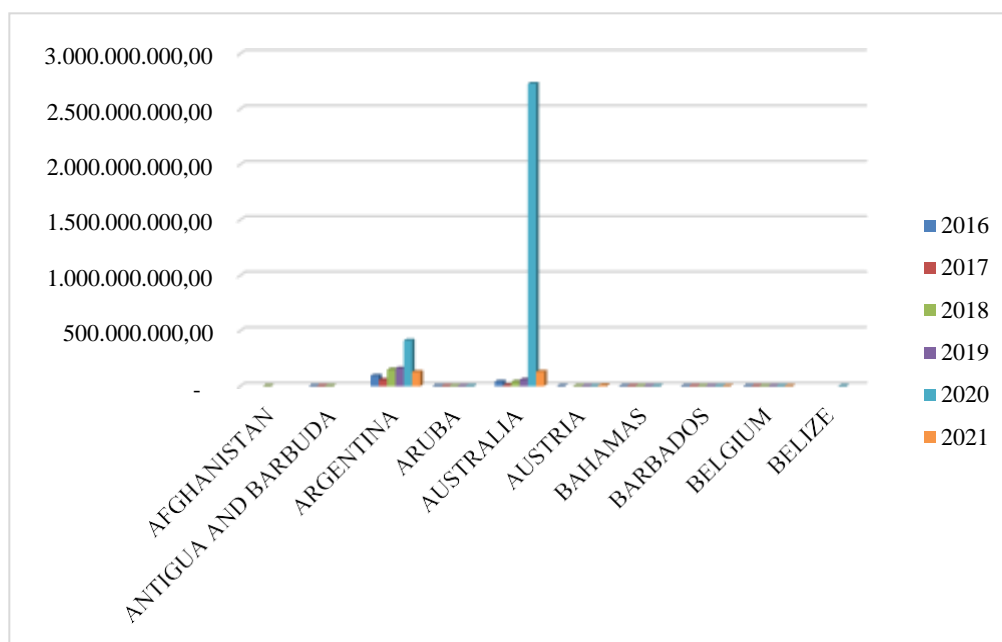
Etiquetas de fila	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total general
AFGHANISTAN			2.738,00				2.738,00
ANTIGUA AND BARBUDA	85.220,00	53.021,00	485.877,00				624.118,00
ARGENTINA	93.307.428,00	54.761.520,00	148.681.888,00	157.734.298,00	410.786.183,00	127.207.260,00	992.478.577,00
ARUBA	799.935,00	582.267,00	362.023,00	296.751,00	65.942,00		2.076.918,00
AUSTRALIA	38.765.746,00	8.099.399,00	39.027.296,00	56.731.498,00	2.727.774.818,00	129.197.925,00	2.999.596.682,00
AUSTRIA	53.505,00		94.345,00	152.776,00	154.219,00	8.009.982,00	8.464.827,00
BAHAMAS	216.231,00	216.350,00	196.332,00	33.792,00	37.787,00		700.492,00
BARBADOS	709.459,00	1.083.418,00	840.197,00	960.356,00	813.614,00	143.218,00	4.550.262,00
BELGIUM	82.299,00	345.137,00	121.746,00	705.529,00	459.737,00	474.618,00	2.189.066,00
BELIZE					3.001,00		3.001,00
Total general	\$ 134.019.823,00	\$ 65.121.112,00	\$ 189.812.442,00	\$ 216.605.000,00	\$ 3.140.095.301,00	\$ 265.033.003,00	\$ 4.010.686.681,00

Fuente: *Datasur*

Elaboración: *El autor*

Para tener más claro se hace referencia el Consumo CIF que es el costo, seguro y flete. Teniendo de igual manera a Australia como el primer país seguido de Argentina con mayor cantidad en el pago por ser responsable de los costes de transporte y protección del producto desde el inicio hasta su llegada al punto o puerto destino.

Gráfico 3 Consumo CIF valor de los 10 países en el periodo 2016-2021



Fuente: Datasur

Elaboración: El autor

1.3 Marco conceptual

Arancel

Impuesto que tienen los recursos que son exportados a un país, es decir todos aquellos productos que un país adquiere del país hacia el extranjero. Aunque el costo de los aranceles a menudo recae sobre los importadores, es importante que los exportadores sepan a qué estarán sujetos sus productos, ya que esto afecta directamente al comercio.

Comercio exterior

Es el canje de recursos, productos o servicios entre dos o más países con el objetivo de que cada país pueda satisfacer las necesidades de su mercado interno y externo. El comercio exterior se encuentra reglamentado por políticas, convenios, contratos y acuerdos internacionales entre los países.

Documentos importantes en la logística de exportación

Como muestra en algunas etapas del proceso anterior, hay varios documentos involucrados en el proceso logístico. Estos son algunos de ellos:

1. Factura comercial
2. Recibo de Muelle
3. Carta Porte
4. Certificado de origen
5. Recibo de almacén
6. Certificado de inspección
7. Licencia de exportación
8. Lista de empaque
9. Certificado sanitario
10. Certificado de seguro
11. Documentos consulares
12. Documentos de libre comercio
13. Carta de instrucción del remitente

Exportación

Es cuando se realiza el envío de un producto o servicio a un país extranjero con objetivo comercial de manera marítima, aérea o terrestre. Este procedimiento se encuentra regularizado por una sucesión de inspecciones arancelario legales que proceden como relaciones productivas entre países. Las exportaciones son una parte primordial de la internacionalización industrial de las empresas, organizaciones y compañías, ya que se les aprueba trasladar sus productos a cualquier lugar del mundo.

Exportación pasiva

La empresa realiza la exportación por medio de terceros independientes, los cuales conocen las gestiones aduaneras, la reglamentación, su principal ventaja es la manera que involucra baja inversión y mínimo peligro.

Exportación activa

La empresa forma un área de exportación e intervención verdaderamente a los clientes en el exterior, ya que se ejecuta una comercialización directa con el comprador.

Logística de exportación

El estudio exportación contiene manejo, transporte, gestión de inventario, almacenamiento, embalaje y envío de mercancías de exportación.

La excelencia de un régimen compuesto de logística para exportación apropiado es

irrefutable, pues es una ventaja profesional para una empresa, pero además pensando en una adecuada acción ya que una mala logística envuelve mayores precios e ineficiencia.

Oro Scrap

El oro es un elemento químico de número atómico 79 y símbolo químico “Au”. Se trata de un metal blando de color amarillo y brillante que se encuentra en estado sólido en la naturaleza. La palabra oro deriva del latín *aurum*, que significa ‘brillante amanecer.

El oro tiene diferentes usos en especial para realizar joyas, en este caso el oro scrap se da de esas joyas que ya no tienen salida en el mercado nacional y pasan a un proceso de chatarrización mediante el cual proceden a dividir en pequeñas partes ya sea un anillo una cadena, etc. Para luego esas pequeñas partes poder ser comercializadas en el exterior.

1.4 Marco Jurídico

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

7. La consulta previa, libre e informada, dentro de un plazo razonable, sobre planes y programas de prospección, explotación y comercialización de recursos no renovables que se encuentren en sus tierras y que puedan afectarles ambiental o culturalmente; participar en los beneficios que esos proyectos reporten y recibir indemnizaciones por los perjuicios sociales, culturales y ambientales que les causen. La consulta que deban realizar las autoridades competentes será obligatoria y oportuna. Si no se obtuviese el consentimiento de la comunidad consultada, se procederá conforme a la Constitución y la ley. (pág. 24)

Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados.

En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado

establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas. (pág. 31)

Art. 274.- Los gobiernos autónomos descentralizados en cuyo territorio se exploten o industrialicen recursos naturales no renovables tendrán derecho a participar de las rentas que perciba el Estado por esta actividad, de acuerdo con la ley. (pág. 85)

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (pág. 93)

Art. 317.- Los recursos naturales no renovables pertenecen al patrimonio inalienable e imprescriptible del Estado. En su gestión, el Estado priorizará la responsabilidad intergeneracional, la conservación de la naturaleza, el cobro de regalías u otras contribuciones no tributarias y de participaciones empresariales; y minimizará los impactos negativos de carácter ambiental, cultural, social y económico. (pág. 95)

Art. 407.- Se prohíbe la actividad extractiva de recursos no renovables en las áreas protegidas y en zonas declaradas como intangibles, incluida la explotación forestal. Excepcionalmente dichos recursos se podrán explotar a petición fundamentada de la Presidencia de la República y previa declaratoria de interés nacional por parte de la Asamblea Nacional, que, de estimarlo conveniente, podrá convocar a consulta popular.

Se prohíbe todo tipo de minería metálica en cualquiera de sus fases en áreas protegidas, centros urbanos y zonas intangibles. Nota: Segundo inciso agregado por reforma aprobada en el referéndum y consulta popular de 4 de febrero del 2018, dada por Resolución del Consejo Nacional Electoral No. 1, publicada en Registro Oficial Suplemento 180 de 14 de febrero del 2018. (pág. 116)

Sección cuarta

Recursos naturales

Art. 408.- Son de propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado los recursos naturales no renovables y, en general, los productos del subsuelo, yacimientos

minerales y de hidrocarburos, sustancias cuya naturaleza sea distinta de la del suelo, incluso los que se encuentren en las áreas cubiertas por las aguas del mar territorial y las zonas marítimas; así como la biodiversidad y su patrimonio genético y el espectro radioeléctrico. Estos bienes sólo podrán ser explotados en estricto cumplimiento de los principios ambientales establecidos en la Constitución.

El Estado participará en los beneficios del aprovechamiento de estos recursos, en un monto que no será inferior a los de la empresa que los explota. El Estado garantizará que los mecanismos de producción, consumo y uso de los recursos naturales y la energía preserven y recuperen los ciclos naturales y permitan condiciones de vida con dignidad. (pág. 116.)

1.4.2 Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025

La Constitución de la República señala que es deber primordial del Estado “planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir”. (Presidencia de Ecuador, 2021).

Eje económico y generación de empleo

Objetivo 3: Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular.

La dinámica productiva que incluye actividades económicas a nivel agrícola, acuícola, pesquero y de infraestructura, requiere impulsar un esquema que brinde igualdad de oportunidades para todos, en concordancia con el artículo 276 de la CRE.

Sin embargo, la falta de conciencia ambiental por parte de actores productivos generó que las actividades agrarias se realicen sin sostenibilidad. Por otra parte, será fundamental realizar esfuerzos para fortalecer y generar la infraestructura necesaria para el normal desenvolvimiento de las actividades productivas a partir de costos competitivos. De esta manera, es indispensable crear incentivos para el acceso a infraestructura, riego, capacitación, financiamiento en la producción agrícola, acuícola y pesquera.

Por ello, se impulsarán modelos de asociatividad productiva y comercial para mejorar las ganancias de los productores, incrementar la tecnificación, crear oportunidades y promover el progreso económico de estos sectores.

1.4.3 Ley De Minería

Título I

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Capítulo I

DE LOS PRECEPTOS GENERALES

Art. 1.- Del objeto de la Ley. - La presente Ley de Minería norma el ejercicio de los derechos soberanos del Estado Ecuatoriano, para administrar, regular, controlar y gestionar el sector estratégico minero, de conformidad con los principios de sostenibilidad, precaución, prevención y eficiencia. Se exceptúan de esta Ley, el petróleo y demás hidrocarburos.

El Estado podrá delegar su participación en el sector minero, a empresas mixtas mineras en las cuales tenga mayoría accionaria, o a la iniciativa privada y a la economía popular y solidaria, para la prospección, exploración y explotación, o el beneficio, fundición y refinación, si fuere el caso, además de la comercialización interna o externa de sustancias minerales. (pág. 2)

Art. 2.- Ámbito de aplicación.- A fin de normar la delegación prevista en el artículo anterior, la presente Ley de Minería, regula las relaciones del Estado con las empresas mixtas mineras; con las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, públicas, mixtas, privadas y las de éstas entre sí, respecto de la obtención, conservación y extinción de derechos mineros y de la ejecución de actividades mineras. (pág. 3)

Art. 8.- Agencia de Regulación y Control Minero. - La Agencia de Regulación y Control Minero, es el organismo técnico-administrativo, encargado del ejercicio de la potestad estatal de vigilancia, auditoría, intervención y control de las fases de la actividad minera que realicen la Empresa Nacional Minera, las empresas mixtas mineras, la iniciativa privada, la pequeña minería y minería artesanal y de sustento, de conformidad con las regulaciones de esta ley y sus reglamentos.

La Agencia de Regulación y Control Minero como institución de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía administrativa, técnica, económica, financiera y patrimonio propio, está adscrita al Ministerio Sectorial y tiene competencia para supervisar y adoptar acciones administrativas que coadyuven al aprovechamiento racional y técnico del recurso minero, a la justa percepción de los beneficios que corresponden al

Estado, como resultado de su explotación, así como también, al cumplimiento de las obligaciones de responsabilidad social y ambiental que asumen los titulares de derechos mineros. (pág. 4)

Capítulo V

DE LA ACTIVIDAD MINERA

Art. 21.- Actividad minera nacional. - La actividad minera nacional se desarrolla por medio de empresas públicas, mixtas o privadas, comunitarias, asociativas y familiares, de auto gestión o personas naturales, de conformidad con esta ley. El Estado ejecuta sus actividades mineras por intermedio de la Empresa Nacional Minera y podrá constituir compañías de economía mixta. Las actividades mineras públicas, comunitarias o de autogestión, mixtas y la privada o de personas naturales, gozan de las mismas garantías que les corresponde y merecen la protección estatal, en la forma establecida en la Constitución y en esta ley.

La constitución es el principal marco regulatorio que rige la minería en Ecuador, una norma que hace inviolables, inviolables y esquivos los recursos naturales no renovables. La otra y principal aprobada por la Constitución es la Ley de Minería, que se caracteriza por regular la extracción de metales y todo tipo de recursos minerales en el país, ley prioritaria que garantiza los planes estatales y sociales, respecto a los recursos económicos obtenidos, Además la ley minera busca mantener un equilibrio entre la población y el medio ambiente, para ello protege el recurso hídrico como fuente de vida por calidad. La legislación vigente establece las regalías para el Estado del Ecuador al inicio del desarrollo y crecimiento económico, estos recursos deben ser utilizados para realizar obras compensatorias en los campos mineros, primero, luego en otras áreas. (pág. 9)

1.4.4 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones

TÍTULO IV: Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones

Art. 93.- Fomento a la exportación. - El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos,

regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;

Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;

Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;

Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;

Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,

Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes. (pág. 35)

Art. 94.- Seguro. - El organismo financiero del sector público que determine la Función Ejecutiva establecerá y administrará un mecanismo de Seguro de Crédito a la Exportación, con el objeto de cubrir los riesgos de no pago del valor de los bienes o servicios vendidos al exterior dentro de los parámetros de seguridad financiera. (pág. 35)

Art. 95.- Promoción no financiera de exportaciones: Créase el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, adscrito al Ministerio rector de la política de comercio exterior, que se estructurará y funcionará según lo que se establezca en el Reglamento. (pág. 36)

Los incentivos fiscales que brinda el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) son herramientas que utiliza el regulador financiero para promover el desarrollo del país mejorando o aumentando la producción, el comercio o la inversión, con el fin de estabilizar la economía, de esta manera el estado es más inclusivo y competitivo. tanto en la economía como en la comercialización con otros países.

1.4.5 Ley de régimen tributario interno

CODIFICACION

Arts. 97 - Art. 149.- Compras de oro. - Las compras de oro efectuadas por el Banco Central del Ecuador están gravadas con impuesto al valor agregado tarifa cero. (pág. 87)

Normativa Legal:

La normativa legal para la creación de estrategias de marketing como a su vez la creación de una página web dentro de la legislación debe estar dada por las siguientes Instituciones que son las obligaciones tributarias: Servicio de Rentas Internas, Registro Único de Contribuyente (Ruc), Ley de defensa del Artesano, Permiso de los Bomberos, Ley del Régimen Municipal, y finalmente LSSICE.

1.4.6 Servicios de Rentas Internas (SRI)

La función principal del SRI es el cobro de impuestos a partir de una base de datos de contribuyentes. La finalidad de la entidad es la de consolidar una cultura tributaria en el país, a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. (2011)

Las facultades del SRI los tributos internos

- Difundir y capacitar al contribuyente respecto de sus obligaciones tributarias.
- Preparar estudios de reforma a la legislación tributaria.
- Efectuar la determinación, recaudación y control de los tributos internos del Estado y de aquellos cuya administración no esté expresamente asignada por Ley a otra autoridad;
- Preparar estudios respecto de reformas a la legislación tributaria;
- Conocer y resolver las peticiones, reclamos, recursos y absolver las consultas que se propongan, de conformidad con la Ley;
- Emitir y anular títulos de crédito, notas de crédito y órdenes de cobro;
- Imponer sanciones de conformidad con la Ley;
- Establecer y mantener el sistema estadístico tributario nacional;
- Efectuar la cesión a título oneroso, de la cartera de títulos de crédito en forma total o parcial, previa autorización del Directorio y con sujeción a la Ley

- Solicitar a los contribuyentes o a quien los represente cualquier tipo de documentación o información vinculada con la determinación de sus obligaciones tributarias o de terceros, así como para la verificación de actos de determinación tributaria, conforme con la Ley; y,
- Las demás que le asignen las leyes.

Es un establecimiento autónomo con un valor de políticas y estrategias de gestión que le han permitido gestionar de manera equilibrada, transparente y sólida en el proceso de toma de decisiones, aplicando tanto las políticas como los procedimientos de la legislación tributaria con transparencia., tomado y planteándose como objetivo primordial combatir hacia la evasión y las malas prácticas tributarias producida por la ausencia de cultura tributaria en el país.

1.4.7 Ordenanza que establece el cobro del impuesto anual de patente en el cantón Guayaquil.

Art. 1.- OBJETO DEL IMPUESTO. - Está obligada a obtener la patente y, por ende, al pago del impuesto anual de patente, toda persona que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que operen habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Requisitos para El Registro Oficial de Patente en la ciudad de Guayaquil

- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que posea dentro del Cantón Guayaquil.
- La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- Declaración del Impuesto a la Renta, y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio

económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.

- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal” (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).
- Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio, deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio, debidamente notariada.

La Ley Orgánica de Régimen Municipal desarrollaba el aparente configurador del subsidio de patente, a más de la actividad comercial o industrial, a cualquier otra de disposición económica es decir toda entidad donde se genere dinero debe pagar un valor anual y cumplir con las disposiciones estipuladas por cada municipio para evitar tener problemas cuando la empresa ya se encuentre posicionada en el mercado.

1.4.8 Servicio nacional de aduana del Ecuador

Que el artículo 227 de la Constitución de la República del Ecuador establece: “La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.”; (SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, 2017)

Que el literal f) del artículo 72 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (Copci), indica: “Competencias.- Son deberes y atribuciones del organismo rector en materia de política comercial, las siguientes: (...) f. Expedir las normas sobre registros, autorizaciones, documentos de control previo, licencias y procedimientos de importación y exportación, distintos a los aduaneros, general y sectorial, con inclusión de los requisitos que se deben cumplir, distintos a los trámites aduaneros”;

Que el cuarto inciso del artículo 158 del Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Copci, señala: “(...) Sólo se podrán exportar

aquellas mercancías que hayan sido objeto de una Declaración Aduanera de Exportación debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera. El ingreso a la Zona Primaria Aduanera de las mercancías destinadas a la exportación será realizado de acuerdo a los procedimientos que para el efecto dicte la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.”;

Que mediante Resolución Nro. SENAE-DGN-2016-0265-RE de fecha 28 de marzo de 2016, se resuelve emitir las: “Regulaciones para las Exportaciones de Mercancías Comprendidas en la Partida 7108 del Arancel Nacional”, y en uno de sus artículos menciona: “Artículo 3.- Documento de Soporte.- Se establece como documento de soporte a la DAE, el certificado emitido por la Agencia de Regulación y Control Minero (Arcom), el mismo que autorizará la exportación de las mercancías comprendidas en la partida 7108 del Arancel Nacional. Este documento de soporte deberá ser asociado a la DAE hasta antes del cierre del aforo.”;

Que según Informe Técnico Nro. CPE-2017-003 de 6 de julio de 2017, presentado por la Coordinación de Políticas de Exportaciones del Ministerio de Comercio Exterior, se recomendó al Comex: “Con el objetivo de verificar el origen lícito de los minerales metálicos que exportan los titulares de licencias de comercialización y concesiones mineras se propone incluir al certificado de exportación emitido por la ARCOM como un documento de acompañamiento a la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) de las mercancías comprendidas en las siguientes subpartida (...) 7'108.12.00.00”;

Que mediante Resolución No. 022-2017 del 22 de agosto de 2017, el Comité de Comercio Exterior resolvió establecer como documento de acompañamiento a la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), el Certificado de Exportación emitido por la Agencia de Regulación y Control Minero (ARCOM), el mismo que autoriza la exportación de las mercancías comprendidas en la subpartida 7'108.12.00.00;

Que mediante Decreto Ejecutivo N.º 8, de fecha 24 de mayo de 2017, Mauro Andino Alarcón fue designado Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, de conformidad con lo establecido en el artículo 215 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones; y el artículo 11, literal d) del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva; y,

En uso de las atribuciones y competencias establecidas en el literal l) del artículo 216

del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 351 del 29 de diciembre de 2010, el suscrito Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, RESUELVE expedir las siguiente:

**REGULACIONES PARA LAS EXPORTACIONES DE MERCANCÍAS
COMPRENDIDAS EN LA PARTIDA 7108 DEL ARANCEL NACIONAL**

Artículo 1.- **Ámbito de Aplicación.** - La presente resolución regula la salida definitiva del territorio ecuatoriano, por vía marítima, aérea o terrestre, de mercancías comprendidas en la partida 7108 del Arancel Nacional.

Artículo 2.- **Exportación Definitiva.** - Las mercancías comprendidas en la partida 7108 del Arancel Nacional, para su posterior salida definitiva del territorio ecuatoriano, por vía marítima, aérea o terrestre, deberán ingresar a los depósitos temporales habilitados para el efecto, con su respectiva Declaración Aduanera de Exportación (DAE).

Artículo 3.- **Documento de Acompañamiento.** - Las exportaciones de mercancías comprendidas en la subpartida 7'108.12.00.00, requerirán del Certificado de Exportación emitido por la Agencia de Regulación y Control Minero (Arcom), como documento de acompañamiento a la DAE. Asimismo, estarán sujetas a dicho documento de acompañamiento, las exportaciones de mercancías comprendidas en las demás subpartidas indicadas en la Resolución Nro. 022-2017 del Comité de Comercio Exterior (Comex).

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA. - Publíquese en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y encárguese a la Secretaría General de la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, el formalizar las diligencias necesarias para la publicación de la presente resolución en el Registro Oficial.

SEGUNDA. - Deróguese la Resolución Nro. SENAE-DGN-2016-0265-RE de fecha 28 de marzo de 2016, y sus modificatorias.

TERCERA. - La presente resolución entrará en vigencia a partir de su suscripción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial. Dada y firmada en la ciudad de Guayaquil, en el despacho del Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Los artículos y desposiciones generadas con relación al Servicio Nacional de Aduana

del Ecuador están en decidida invención, y mejora de las tecnologías, con el objetivo de ofrecer la mejor disposición en el servicio al principal recurso que es el cliente.

1.4.9 Resolución Nro. SENAE-SENAE-2017-0564-RE

REGULACIONES PARA LAS EXPORTACIONES DE MERCANCÍAS COMPRENDIDAS EN LA PARTIDA 7108 – ORO (INCLUIDO EL ORO PLATINADO) EN BRUTO, SEMILABRADO O EN POLVO, DEL ARANCEL NACIONAL

Artículo 1.- **Ámbito de Aplicación.** - La presente resolución regula la salida definitiva del territorio ecuatoriano, por vía marítima, aérea o terrestre, de mercancías comprendidas en la partida 7108 del Arancel Nacional.

Artículo 2.- **Exportación Definitiva.** - Las mercancías comprendidas en la partida 7108 del Arancel Nacional, para su posterior salida definitiva del territorio ecuatoriano, por vía marítima, aérea o terrestre, deberán ingresar a los depósitos temporales habilitados para el efecto, con su respectiva Declaración Aduanera de Exportación (DAE).

Artículo 3.- **Documento de Acompañamiento.** - Las exportaciones de mercancías comprendidas en la subpartida 7108.12.00.00, requerirán del Certificado de Exportación emitido por la Agencia de Regulación y Control Minero (Arcom), como documento de acompañamiento a la DAE. Asimismo, estarán sujetas a dicho documento de acompañamiento, las exportaciones de mercancías comprendidas en las demás subpartidas indicadas en la Resolución Nro. 022-2017 del Comité de Comercio Exterior (Comex) (SENAE, 2017).

1.4.10 Políticas de la empresa Orocash

Para el desempeño del manual administrativo de Agencias se deberá considerar las siguientes políticas:

1. Es responsabilidad del Jefe de Zona velar por el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos en el manual de administración de agencias.
2. Es responsabilidad del Subgerente de Operaciones supervisar y monitorear el buen funcionamiento de las operaciones en agencias a nivel nacional.

3. La Administración propenderá a la centralización de las agencias mediante Jefe de Zona y Subgerente de Operaciones, la asignación de recursos se realizará en función de la demanda y operatividad.

4. Los administradores de agencias son responsables de las operaciones diarias y serán supervisados por el Jefe de Zona quien a su vez reportará al Subgerente de Operaciones.

5. Los planes, programas y presupuestos de las agencias de la compañía se realizarán en base al Plan Estratégico de la Administración.

6. El desempeño de los Administradores en términos de cumplimiento de normas y procedimientos de agencia se medirá en función de los reportes e indicadores de gestión enviados por el equipo Pre auditor al jefe de Pre auditoría.

7. Es responsabilidad del área de Operaciones mantener informados a sus colaboradores sobre las políticas, reglamentos, normas, procesos y procedimientos, de manera que todo el personal tenga plenamente identificado cuál es su rol dentro de las agencias, su relación con el personal y como ejecutar sus funciones de acuerdo a los procesos.

8. El personal de la agencia deberá conocer los procedimientos que aportan al desempeño de sus funciones, los cuales se podrán consultar por medio de este manual de agencias.

9. Es responsabilidad del área de Operaciones, asegurar que este manual y la documentación asociada, se revise y se mantenga actualizada al menos una vez al año para garantizar la correcta ejecución de los procesos.

10. La actualización del manual deberá ser revisado por el Área de Control Interno antes de su publicación a las agencias.

11. La atención y servicio al cliente, serán acciones de alta prioridad y de carácter estratégico. El personal que conforma cada una de las agencias, estará orientado a servir con efectividad al cliente sea interno o externo, utilizando normas de cortesía, amabilidad y cordialidad.

12. Todo el personal deberá respetar el conducto regular reconocido por la organización.

13. Todo el personal deberá estar presto y brindar apoyo a los requerimientos solicitados por los entes de control que conforman el grupo Orocash.

14. El ingreso de mochilas, bolsos, canguros y/o fundas por parte del personal de Agencia será considerado una falta grave; el ingreso de estos para los entes de control deberá ser inspeccionado y autorizado por la central de monitoreo a la entrada y salida con su respectivo registro en la bitácora de ingreso de personal.

15. La gestión de los administradores de Agencias, se direccionan únicamente con Jefes de Zona. Es desde esta área de la empresa donde se canaliza todo lo concerniente a su gestión, control, planificación y cumplimiento de sus funciones y metas comerciales.

16. La ejecución de malos procedimientos que afecten al desarrollo de las labores diarias, presente riesgos a la organización y generen como consecuencia el detrimento patrimonial será tratados de acuerdo a lo establecido en el reglamento interno.

CAPÍTULO II

2. Metodología empleada

Para realizar diferentes estudios y lograr algún resultado de manera clara y precisa es importante aplicar algún tipo de investigación, como la investigación científica la más idónea ya que a partir de esta se puede obtener información de forma ordenada y está conformada por un conjunto de técnicas y criterios en los cuales se analiza e indaga en torno al tema del estudio que se esté realizando con la finalidad de buscar soluciones a dichos problemas que se pueden encontrar.

2.1 Tipo de enfoque de la investigación

2.2.1 Enfoque cualitativo. - La investigación cualitativa es necesaria al momento de investigar e interpretar comprender la realidad alrededor del tema investigado, aquí se encargará de identificar y calificar las diferentes presentaciones y los quilates del producto dependiendo lo que demanden las diferentes empresas que exportaran

2.2.2 Enfoque cuantitativo. - Es la información numérica como la muestra, la recolección y el análisis de los datos son fases que se realizan prácticamente de manera simultánea. En la investigación cuantitativa vamos a utilizar encuestas que servirán para recabar información referente a las posibles cantidades, costos que las empresas del exterior adquieran el producto como es el oro scrap y de esta manera proyectar las ventas alargo, mediano y corto plazo.

2.2 Tipos de Investigación

Según (Hernandez, Fernandez, Batista, 2021) define los tipos de metodología más utilizados en investigaciones como:

2.2.1 Investigación descriptiva.

“Se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es

indicar cómo se relacionan éstas” (pág. 125)

La Investigación descriptiva nos ayuda a detallar las características de la población a la cual está dirigido el producto, mediante la cual se va realizando una segmentación por las situaciones, hábitos y cualidades predominantes del cliente satisfaciendo las necesidades y dando un servicio de acuerdo a lo que pidan y su situación económica.

La finalidad de la investigación descriptiva nos ayuda a identificar cuál es el mercado al que queremos ingresar en este caso es necesario conocer y segmentar a la población de Miami dependiendo sus gustos y la demanda del producto y de aquí se partirá para conocer si es factible o no el plan.

2.2.2 Investigación explicativa

“Están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables” (pág. 128)

La investigación explicativa ayuda a buscar los problemas, sino que además ayuda a verificar las causas en este caso nuestro problema como puede la joyería Orocash exportar oro a Miami -Estados unidos en el periodo del 2022 al 2023.

2.3 Métodos de investigación

2.3.1 Histórico- Lógico

Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales. Mediante el método histórico se analiza la trayectoria concreta de la teoría, su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia.

Los métodos lógicos se basan en el estudio histórico poniendo de manifiesto la lógica interna de desarrollo, de su teoría y halla el conocimiento más profundo de esta, de su esencia. La estructura lógica del objeto implica su modelación.

Emplearé este método lógico porque en mi proyecto es necesario obtener toda la información secundaria estadística posible para conocer sobre el desarrollo y evolución en la producción, exportación, consumo del producto, para de esta manera obtener proyecciones que permitan tener una base para estructurar el proyecto uniendo todos los elementos y aportando en base de esta información primaria sustentable e infalible.

2.3.2 Análisis – Síntesis

Para (Jiménez & Alipio Omar Pérez Jacinto, 2017) El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad.

En esta parte se analiza todos los datos estadísticos los mismos que se muestran en la información más importante sobre la cantidad de oro scrap producido para el país y para importar, así mismo como se identificará el historial de las exportaciones hacia la Miami, luego se analizará la capacidad de producción y conocer si es factible cubrir la demanda.

2.3 Técnicas de investigación y fuentes

2.4.1 Observación

Para Campos & Lule (2012): “La observación es una de las formas más sistematizadas y lógicas para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer. Consiste en utilizar los sentidos ya sea para describir, analizar, o explicar desde una perspectiva científica, válida y confiable algún hecho, objeto o fenómeno” (pág. 45).

Esta técnica nos permite explicar y comparar las experiencias diarias sobre la organización y personal que trabajo dentro de la empresa Orocash. Además, es indispensable contar con documentos que respalde dicho escenario en las cuales sea posible constatar la situación financiera, proceso logístico y administrativa de la empresa en estudio.

2.4.2 Entrevista

Para Fidias G. Arias (pág. 32) La entrevista es una estrategia oral o escrita cuyo propósito

es obtener información valido solo para el periodo en que fue recolectada ya que, tanto las características como las opciones, pueden variar con el tiempo.

La entrevista es uno de los métodos cualitativos más utilizados en la investigación, por lo que al igual hacemos uso de esta técnica para obtener la información que se necesita y por ende formular hipótesis para buscar soluciones a los problemas encontrados.

A diferencia de la encuesta, la entrevista establece una relación especial entre el investigador y la persona entrevistada.

2.4.3 Encuesta

Según (Limaylla, 2013, pág. 11) La encuesta es una forma de obtener datos directamente de la gente en una forma sistemática y estandarizada, por lo cual se aplica una serie de preguntas, las cuales deben ser estructurada previamente. Las preguntas por lo general se presentan escritas en una forma llamado cuestionario. Este es aplicado en la misma forma a todas las personas de una parte de la población. Los datos obtenidos de la encuesta son usados para hacer deducciones a toda la población de interés.

La encuesta es una técnica que en muchas investigaciones es utilizada con la finalidad de que se recopile y analiza una serie de datos de modo rápido y eficaz para obtener una información representativa sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los clientes en relación con nuestra empresa.

2.4 Universo y Muestra

2.4.2 Universo

“La población hace referencia a un conjunto de elementos que comparten características del mismo tipo. La definición de una población debe regirse por las variables elementos, unidades de muestreo, alcance y tiempo” (Bernal, 2010, p. 160). La población que se va a estudiar son los clientes del mercado de Estados Unidos específicamente a las empresas que se encuentren en Miami que hace uso del producto que ofrece la empresa Orocash ubicada en la ciudad de Guayaquil.

2.4.3 Muestra

Según Barragán, y otros (2013) la muestra es una proporción de la población específica que, en el marco de la investigación, deviene el sujeto de la investigación. En principio existen dos maneras de establecer una muestra: la probabilística y la no probabilística.

La muestra que se va a considerar es no probabilística ya que este estudio está conformado por una pequeña fracción del total de la población de los clientes de la empresa a la cual se aplicó las encuestas para recolectar la información. Se tomó una pequeña parte de la población de forma representativa ya que la población es amplia por ello se identificaron las empresas que más importaciones realizan como: Icebox jewelry, CRM jewels, TraxNYC jewelry, Diamond club Miami.

2.5 Técnicas de recolección de datos y herramientas de investigación

2.5.1 Análisis de observación

Para el proceso que conlleva la exportación de oro scrap de la empresa Orocash de Guayaquil con destino a Miami- Estados Unidos se debe seguir una serie de pasos a continuación detallados Anexo 1:

Se logró observar como se efectúa todo el proceso de la selección del producto, y su clasificación en las medidas (quilates) de las piezas que van a ser exportadas, además de conocer cómo se efectúa el proceso de exportación como perfeccionamiento pasivo a Italia y Turquía que nos dio una guía de cómo se efectuaría la exportación a consumo a Miami.

El primer día 20 de enero del 2022 se realizó la actividad de selección del material es decir escoger o dividir el oro scrap ya que este proceso hay que estar muy pendiente de no confundirse o de coger material que este compuesto con otro tipo de metal lo cual perjudicaría al proceso.

Imagen 1 Proceso de selección



Elaboración: *El autor*

El día 30 de enero del 2022 se realizó el proceso de producción es decir que el producto es llevado al taller que está ubicado en la ciudad de Guayaquil donde este material es introducido en la trituradora para dejar el oro en pedazos pequeños y convertirlo en oro scrap.

Imagen 2 Oro triturado



Elaboración: *El autor*

El día 15 de febrero del 2022 se realizó el proceso de la exportación que es donde el producto convertido en pedazos, es colocado en funda de seguridad membretada y luego depositada en una caja de madera de 30x30x30 según especificaciones y luego es enviado mediante la compra de un boleto aéreo eso es en cuanto lo que se logró observar ya que a partir de que el producto es ingresado al aeropuerto no se conoce cuál es su manejo.

Imagen 3 Caja para la exportación



Elaboración: *El autor*

2.5.2 Análisis de entrevista

2.5.2.1 Entrevista al gerente de la empresa Orocash

Tabla 4 Ficha de entrevista al Gerente

Nombre:	Jerónimo Rojas Rocha
Fecha:	20 de diciembre del 2021
Cargo:	Gerente de la empresa Orocash
Lugar:	Guayaquil
Tiempo de duración:	10 min

Elaboración: *El autor*

Las perspectivas del gerente la empresa orocash son muy puntuales ya que pretende incrementar la demanda del producto en el mercado de Miami y si es posible llevar acabo el perfeccionamiento pasivo ya que con ello se ahorraría tiempo y dinero para realizar este proceso la empresa orocash para el ingreso al mercado de Miami se ha trabajado ya desde mucho tiempo con la Aerolínea UPS y American Airlines ya que es más factible realizar el envío a Miami porque reduce costos ya que solo se compra el boleto aéreo sin escalas.

Los volúmenes de exportación que se tiene previsto están en un rango de 50 a 100 kilos mensuales ya que muchas veces depende de la disponibilidad de las fechas y el costo de envío es de \$ 1900 como se dijo dependiendo las fechas y disponibilidad. Con la propuesta que se pretende presentar se considera que es más rentable para ambas partes realizar el perfeccionamiento pasivo en EEUU por que traer consigo acuerdos comerciales fortaleciendo el proceso de perfeccionamiento disminuyendo tiempos y costos de producción y con ello se puede realizar el envío a más países cercamos Anexo 2.

2.5.2.2 Entrevista al encargado de la empresa Orocash sucursal Guayaquil

Tabla 5 Formato de entrevista a un trabajador

Nombre:	Carlos Villa
Fecha:	20 de diciembre del 2021
Cargo:	Encargado del proceso de exportación de la empresa Orocash
Lugar:	Guayaquil
Tiempo de duración:	7 min

Elaboración: *El autor*

El encargado de la empresa es el que se encuentra más al tanto de todos los procesos ya que por la trayectoria ha observado de cerca todo el crecimiento de la empresa y sabe que para ingresar a cada país tiene diferentes restricciones y permisos que cumplir en el caso del mercado de Miami o hace falta de un seguro y a los países como Turquía donde se realiza el perfeccionamiento pasivo hay que cumplir con un régimen de reimportación por lo que es necesario de un seguro para todo este proceso de que la empresa se quiere abrir en el mercado internacional es importante mantenerse innovando en relación a todos los procesos como que

se relacione con la exportación del producto ya que día a día cambia las restricciones de cada país y existe reformas que se desconoce esto con la finalidad de optimizar el servicio.

En relación a la exportación del producto a Miami se identifica que el proceso de exportación será igual al de otros países por que el producto es enviado de manera directa en un vuelo sin escalas por lo que o hace falta de la compra de un seguro por lo que como resultado se tiene como alterativa porque Miami se encuentra más cerca del país y esto reduciría costos y tiempos entonces esto beneficia a la empresa de igual manera con la mano de obra, esto constituye una ventaja en la reducción de costos cuando la mano de obra extranjera es más barata y beneficia a la empresa y al negocio entre ambas naciones Anexo 3.

2.5.3 Análisis de encuesta:

Se utilizó el muestreo no probabilístico a criterio del investigador ya que el cuestionario fue aplicado directamente a las empresas que están interesadas en la compra del producto en Miami y con las cuales ya existe un acercamiento de parte de Orocash Anexo 4.

Pregunta 1. - ¿Estaría Ud. interesada en comprar oro scrap de la empresa Orocash?

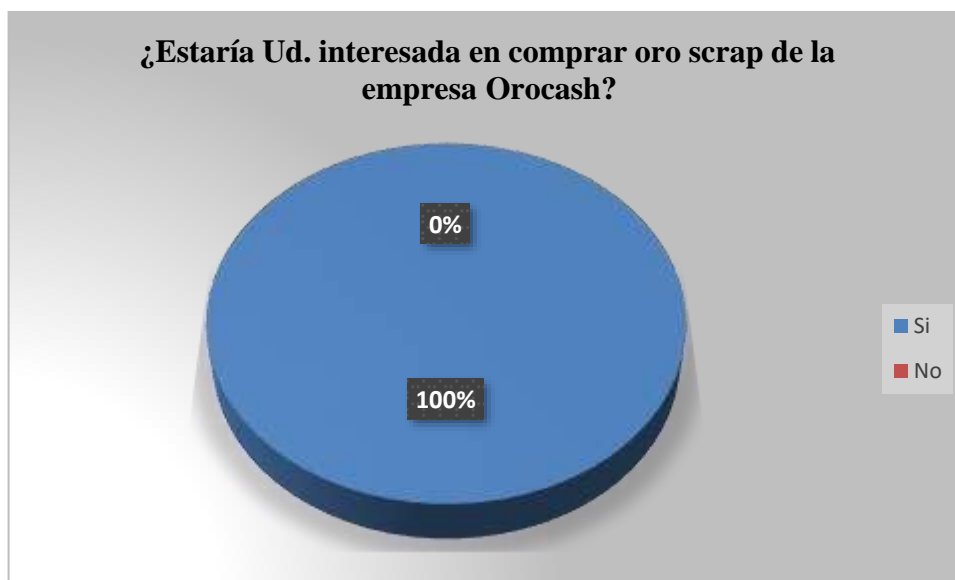
Tabla 6 Pregunta 1

Indicadores	Frecuencia	Frecuencia %
Si	5	100
No	0	0
Total	5	100

Fuente: Sondeo a empresas importadoras

Elaboración: El autor

Gráfico 4 Pregunta 1



Fuente: *Sondeo a empresas importadoras*

Elaboración: *El autor*

Análisis: Con esta pregunta se determinó rápidamente que las empresas del mercado de Miami se encuentran muy interesadas en el oro scrap que es exportado por la empresa Orocash de la ciudad de Guayaquil con un 100% que equivale a las 5 empresas a las cuales se les realizó la encuesta por lo que se puede determinar que el proyecto puede ser efectiva por la demanda del producto en el exterior.

Pregunta 2. - ¿Cómo le gustaría que se lleva a cabo el proceso de exportación?

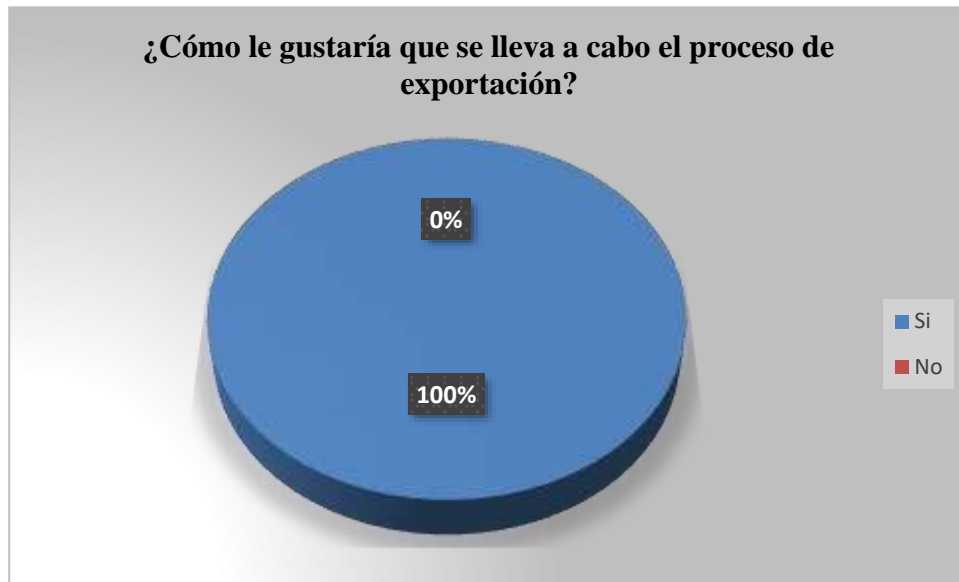
Tabla 7 Pregunta 2

Indicadores	Frecuencia	Frecuencia %
Exportación Directa	5	100
Exportación Indirecta	0	0
Total	5	100

Fuente: *Sondeo a empresas importadoras*

Elaboración: *El autor*

Gráfico 5 Pregunta 2



Fuente: *Sondeo a empresas importadoras*

Elaboración: *El autor*

Análisis: A las empresas por seguridad les interesa más realizar la compra del producto directamente con el vendedor es decir con la empresa Orocash ya que de esta manera les reduciría costos con el 100% a favor de un sí que corresponde a las 5 empresas les interesa realizar la exportación directa sin necesidad de intermediarios.

Pregunta 3. - ¿Forma de presentación del producto?

Tabla 8 Pregunta 3

Indicadores	Frecuencia	Frecuencia %
Joyas	2	40
Scrap	2	40
En bruto	1	20
Total	5	100

Fuente: *Sondeo a empresas importadoras*

Elaboración: *El autor*

Gráfico 6 Pregunta 3



Fuente: *Sondeo a empresas importadoras*

Elaboración: *El autor*

Análisis: Para el mercado internacional es sumamente importante adquirir productos de calidad y que sean puros ya que el mercado es muy exigente a la hora de comprar algún producto por ello el 40% prefiere en joyas ya que muchos les gusta el producto ecuatoriano, el otro 40% el otro es scrap ya que el proceso de perfeccionamiento resulta rentable lo que trae ganancias para las empresas y el 20% en bruto ya que es fácilmente doblado y abollado.

Pregunta 4. - ¿Si importa el producto le gustaría que el envío este asegurado?

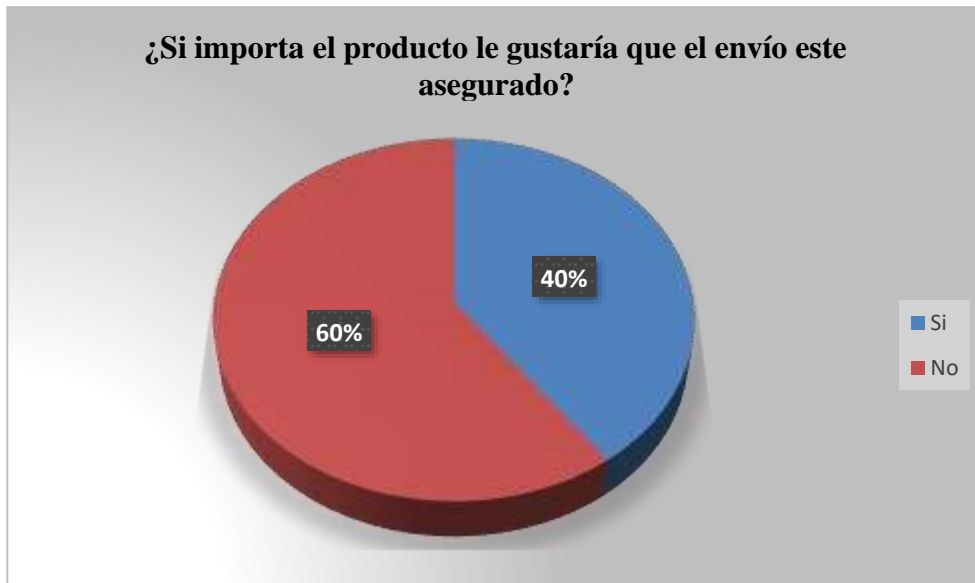
Tabla 9 Pregunta 4

Indicadores	Frecuencia	Frecuencia %
Si	3	60
No	2	40
Total	5	100

Fuente: *Sondeo a empresas importadoras*

Elaboración: *El autor*

Gráfico 7 *Pregunta 4*



Fuente: *Sondeo a empresas importadoras*

Elaboración: *El autor*

Análisis: En la mayoría de empresas les importa mucho mantener la rentabilidad sin generar gastos por ello el 60% que corresponde a 3 empresas dijeron que no les importa que los productos no tengan un seguro ya que ya que la compra es directa y el proceso de envío y recepción es de personal además de ser exportados en vuelos directos y el 40% que corresponde a 2 dijeron que si ya que los vuelos que ellos compran muchas de las veces tienen con escalas a pesar que esto genera una inversión adicional.

Pregunta 5. - ¿Cada cuánto realiza el proceso de importación de oro?

Tabla 10 *Pregunta 5*

Indicadores	Frecuencia	Frecuencia %
Semanal	1	20
Quincenal	1	20
Mensual	3	60
Total	5	100

Fuente: *Sondeo a empresas importadoras*

Elaboración: *El autor*

Gráfico 8 *Pregunta 5*



Fuente: *Sondeo a empresas importadoras*

Elaboración: *El autor*

Análisis: Para las empresas mucho depende de las temporadas ya que hay meses que incrementa la demanda y de igual manera la ubicación de las empresas, pero el 60% que corresponde a 3 empresas realizan cada mes ya que de esta manera pueden solventar los gastos y mantenerse estables, el 20% quincenal que corresponde a 1 empresa y es la que realiza un proceso de distribución y el otro 20% cada semana debido a que esta se encuentra en el centro con una buena ubicación para realizar la venta.

Pregunta 6. - ¿Cuál será la cantidad de kilos que Ud. importaría como prueba al mes?

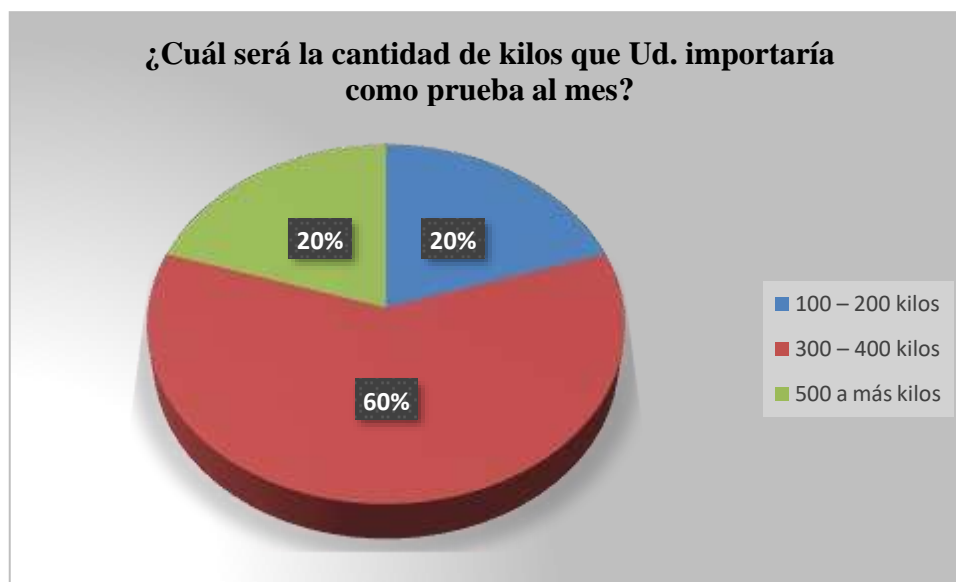
Tabla 11 Pregunta 6

Indicadores	Frecuencia	Frecuencia %
100 – 200 kilos	1	20
300 – 400 kilos	3	60
500 a más kilos	1	20
Total	5	100

Fuente: *Sondeo a empresas importadoras*

Elaboración: *El autor*

Gráfico 9 Pregunta 6



Fuente: *Sondeo a empresas importadoras*

Elaboración: *El autor*

Análisis: Por lo general las empresas para realizar las importaciones se debe realizar un análisis situacional de cada empresa ya que cada uno presenta diferentes condiciones por ello en 60% que corresponde a 3 empresas importarían de 300 a 400 kilos, seguido de 20% de 100 a 200 y finalmente de 500 a más como se dijo anteriormente todo depende de la ubicación y la demanda que existe en meses diferentes.

Pregunta 7. - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por kilo de oro?

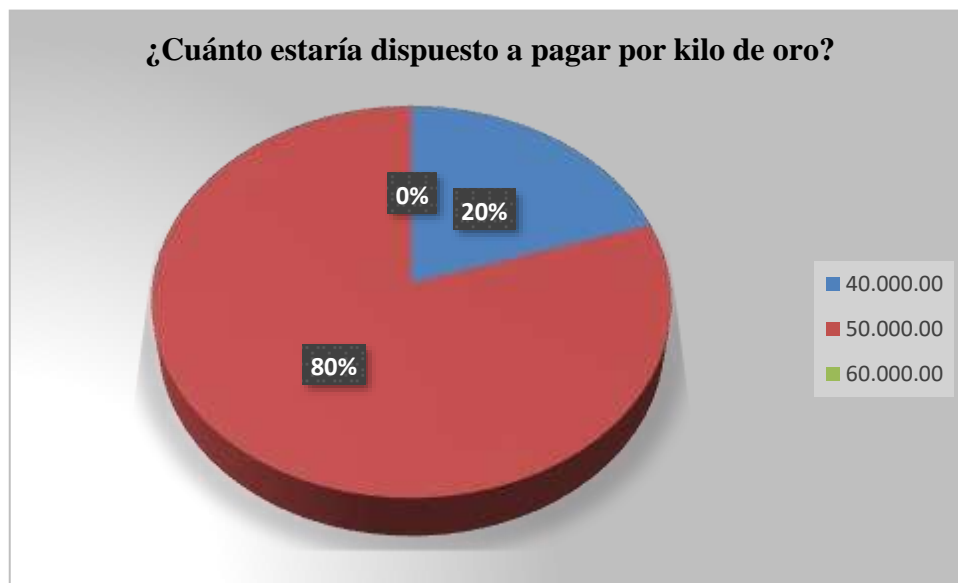
Tabla 12 Pregunta 7

Indicadores (En gramos)	Frecuencia	Frecuencia %
40.000.00	1	20
50.000.00	4	80
60.000.00	0	0
Total	5	100

Fuente: Sondeo a empresas importadoras

Elaboración: El autor

Gráfico 10 Pregunta 7



Fuente: Sondeo a empresas importadoras

Elaboración: El autor

Análisis: El precio es algo relativamente importante ya que a oferta de la competencia es alta por ello el rango del valor por kilo que están dispuestos a pagar 4 empresas que corresponde al 80% es de \$50.000.00 y el 20% que corresponde a 1 empresa pagarían por kilo \$40.000.00 ya que esta empresa realiza importaciones de otros países y la oferta en ella es amplia.

2.6 Herramientas de análisis

2.6.1 Análisis DAFO (FODA)

El éxito de esta herramienta en el ámbito empresarial, hizo que pronto fuera implementada en otras áreas. Son muestra de ello los proyectos de investigación-acción comunitarios, proyectos organizacionales de diferente naturaleza y proyectos personales (en el ámbito del autoconocimiento). (Imaginario, 2021)

Un análisis riguroso de los datos recabados permitirá formular y seleccionar las estrategias a seguir. La importancia de la matriz FODA reside en que permite analizar todos los elementos que envuelven un negocio o proyecto para, de esta manera, cumplir con los objetivos planteados. (Imaginario, 2021)

El estudio de la matriz FODA permite identificar problemas, prever escenarios, predecir complicaciones, observar soluciones, visualizar puntos débiles de la entidad y transformarlos en fortalezas y oportunidades.

Tabla 13 Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">➤ Empresa conocida en el mercado➤ Conocimiento de la producción, beneficio y comercialización del oro scrap➤ Alta demanda del oro en el exterior	<ul style="list-style-type: none">➤ Falta de capacitación e incentivos económicos por uso de tecnologías limpias➤ Relación directa con comercializadores a nivel nacional e internacional➤ Demora en los tiempos de trámites
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">➤ Aplicación de tecnologías más eficaces➤ Crecimiento en el mercado significativo➤ Diversificación e innovación de productos➤ Empresa dedicada al reciclaje de oro	<ul style="list-style-type: none">➤ Poco conocimiento y aplicación en metodologías de calidad para el control de inventarios➤ Necesidad de las competencias por captar más mercado.➤ Competencia con productos sustitutos

Fuente: Sondeo a empresa Orocash

Elaboración: El autor

2.6.2 Modelo CAPA

CAPA (acciones correctivas y acciones preventivas) es un sistema de calidad diseñado para mitigar el riesgo en la elaboración de productos. Como un sistema de calidad de reducción del riesgo, el sistema CAPA aborda eventos de calidad. (Ricci, 2018)

Tabla 14 Modelo CAPA

Potenciar fortalezas	Corregir debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hacer promociones para tener captación mayor de cliente ➤ Aprovechas la demanda bridando producto de calidad ➤ Crear más agencias a nivel nacional 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Utilizar programas eficientes para optimización de recursos. ➤ Programas de capacitación constante al personal ➤ Reducir tiempos de envió
Aprovechar oportunidades	Afrontar amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollo de una política de Calidad para evitar la contaminación del ecosistema. ➤ Ejecutar un estudio de mercado acerca de los gustos y preferencias de los consumidores ➤ Hacer uso de tecnologías innovadoras 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificar convenios en el mercado de Miami ➤ Obtener vendedores eficientes para una mayor distribución del producto ➤ Capacitación de las nuevas tendencias de los usos del oro

Fuente: *Sondeo a empresa Orocash*

Elaboración: *El autor*

2.6.3 Análisis PEST

Es un análisis de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos en el entorno externo de la organización, los cuales pueden afectar las actividades y el desempeño. El nombre viene de las siglas en ingles de Política, Económico, Social y Tecnológico. (QuestionPro, 2021)

Este análisis es una herramienta simple y eficaz que se utiliza para evaluar la situación actual de la empresa y de esta manera identificar las principales fuerzas externas (a nivel macro) que puedan afectar al negocio. Estas fuerzas pueden crear tanto oportunidades como amenazas. (QuestionPro, 2021)

Tabla 15 Análisis PEST

Político	Económico
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Legislación referente al medio ambiente, seguridad y prevención de riesgos. ➤ Velar por el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos en el manual de administración de agencias ➤ Supervisar y monitorear el buen funcionamiento de las operaciones ➤ Cambios de leyes gubernamentales. ➤ Cambios de reglamentos gubernamentales. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Evolución del PIB y del ciclo económico ➤ Demanda del producto ➤ Costes de las materias primas ➤ Inflación es muy baja con respecto a la comercialización de este producto
Social	Tecnológico
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Responsabilidad social y ética administrativa ➤ Índice delincencial. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Innovaciones tecnológicas ➤ Ventas por medios sociales (redes y pagina web) ➤ Diversificación y comercialización de nuevos productos debido a un nuevo material utilizado.

Fuente: *Sondeo a empresa Orocash*

Elaboración: *El autor*

Capítulo III

3. Desarrollo de la Propuesta

3.1 Título de la Propuesta

Plan de exportación de oro scrap desde la empresa Orocash de Guayaquil hacia Miami-Estados Unidos para el periodo del 2022 al 2023.

3.2 Objetivo de la Propuesta

Elaborar un plan de exportación de oro scrap de la empresa Orocash de Ecuador en el período 2022 - 2023 con destino Miami Estados Unidos.

De esta forma lograremos que la empresa logre posicionarse como una de las diez empresas principales de la exportación de oro scrap hacia Miami - Estados Unidos.

3.3 Descripción de la Propuesta

La propuesta como se había citado se basa en la creación de un plan para la exportación de oro scrap de la empresa Orocash de Guayaquil hacia Miami- Estados Unidos para el periodo del 2022 al 2023 mediante la combinación de estrategias para su respectiva elaboración y exportación ya que en Miami- Estados Unidos existe gran demanda de compra de latinoamericanos. Dado que el producto que se ofrece al mercado es único, y las características del mercado se identifican tan claro como sería deseable.

En primer lugar, se trata de oro scrap que está vinculado al nivel afectivo de los seres humanos por el valor y puede ser dirigido a cualquier población del mundo, ya que se trata de un producto sumamente atractivo para ser reutilizado.

3.4 Factibilidad de la Aplicación

El estudio de factibilidad es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

A continuación, haremos una síntesis de las factibilidades que aplican a nuestro proyecto:

3.4.1 Factibilidad Operativa

Depende de los recursos humanos que forman parte de la organización. Dado que son los que deben efectuar todas las actividades en los diferentes procesos del sistema para cumplir con los objetivos propuestos. La estimación de costos operativos durante la vida útil del proyecto de exportación del mineral. Estos se calcularon sobre la base de criterios de diseño de procesos, las tasas de arrendamiento de equipo (si aplica), mano de obra, reactivos, electricidad, mantenimiento y otros gastos diversos.

La operatividad de la empresa es dependiente de la infraestructura que se implemente y de la adecuada distribución de los materiales. Es importante equiparnos con unidades de buena calidad, que den un plus al prestigio a la empresa. Con una capacitación adecuada podrían no solo mejorar las técnicas para reducir cualquier impacto negativo al ecosistema, sino también, optimizar su infraestructura.

3.4.2 Factibilidad Administrativa

Con el establecimiento del departamento para la exportación se contará con el personal idóneo para que no solo se encargue del comercio exterior sino de la administración de los recursos que generen las aportaciones de los socios y que se retribuirán en beneficios para el desarrollo de la actividad y sociales.

3.7.3 Factibilidad Técnica

En el estudio técnico analizaremos todo lo que comprende con la funcionalidad y operatividad del proyecto; en este capítulo verificaremos la factibilidad técnica de prestar el servicio de consultoría, así mismo determinaremos el tamaño, la localización, las instalaciones, los equipos y suministros requeridos para realizar la prestación del servicio de consultoría

financiera especializada en compra y venta de oro.

3.4.4 Factibilidad Comercial

Existen ventajas comerciales que se pueden aprovechar como es la abundancia del producto y aplicar economías de escala que le permitan obtener precios competitivos. La tendencia de consumo del mercado de destino coadyuva a que comercialmente sea viable el proyecto.

3.4.5 Factibilidad Económica

Se debe realizar un análisis exhaustivo de la relación costo beneficio del negocio o del proyecto y sopesar ambos aspectos. Si en la evaluación se observa que los costos superan a los beneficios sería mejor no desarrollarlo. Mientras que, si el beneficio supera los costos, la decisión de la implementación del proyecto se vuelve menos arriesgada, aunque no implica que no existan riesgos.

La viabilidad financiera del proyecto de exportación de oro scrap a Miami- Estados Unidos se realiza analizando el beneficio que provee la inversión inicial sobre los ingresos recibidos año a año. Se busca establecer la tasa interna de retorno para identificar la conveniencia del proyecto a lo largo de cinco años de proyecciones.

Tabla 16 Flujo de efectivo neto

Años	Flujo de caja	Factor de actualizacion $1 / (1 + i)^n$	Flujo de efectivo acumulado
0	\$ 1.389.068,70	1	\$ 1.389.068,70
1	2.304.000,00	0,998302885	\$ 2.300.089,85
2	2.304.000,00	0,99660865	\$ 2.296.186,33
3	2.304.000,00	0,994917291	\$ 2.292.289,44
4	2.304.000,00	0,993228802	\$ 2.288.399,16
5	2.304.000,00	0,991543179	\$ 2.284.515,48

Fuente: Sondeo a empresa Orocash

Elaboración: El autor

Para esto se determina el flujo de efectivo año a año, según la tabla anterior, para encontrar si ese flujo de efectivo compensa la inversión inicial bajo la tasa de interés con la que se financia ese proyecto.

Valor Actual Neto

$$VAN = -I_0 + F_1 / (1+i)^1$$

$$VAN = \$ 10.072.411,56$$

$$\text{Tasa de descuento} = 0.17\%$$

Los valores encontrados durante el estudio de mercado anterior reflejan, en la proyección de ventas para los cinco años siguientes, que la inversión inicial es descontada de los flujos de efectivo neto y se evidencia una viabilidad financiera del proyecto para respaldar el financiamiento y encontrar beneficios futuros.

Tasa Interna de Retorno

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)^1} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n}$$

TIR cuando Van = 0

$$\text{TIR } 0 = F_1 / (1+i)^1$$

$$\text{TIR} = 10.66\%$$

Este porcentaje está demostrando que la inversión inicial confiada para poner a andar el proyecto, está siendo devuelta al periodo actual, una vez se hayan descontado los costos totales, en un 10.66%.

3.4.6 Factibilidad Social

La concepción de establecer una agencia no solo abarca la obtención de ingresos económicos que retribuyan las labores de los socios, sino que conlleva acciones en la parte social como son una mejora en la situación económica de las familias de los joyeros artesanales, planes de financiamiento para mejorar los talleres, capacitaciones en el manejo de la economía familiar evitando el despilfarro desmedido, convenios de crédito en tiendas para poder suministrar

artículos de primera necesidad para nuestros colaboradores, etc.

3.4.7 Factibilidad Legal

La Ley de Minería establece que los recursos naturales no renovables se consideran un sector estratégico dentro del marco constitucional ecuatoriano, tal como lo establece la Constitución en su artículo 313, sobre los cuales el Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos basados en los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia; así como también delegar de forma excepcional a la iniciativa privada, todo esto de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 316 de la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Nacional, 2009).

Los artículos de mayor trascendencia dentro del presente documento son los siguientes:

Art. 7.- Para efectos de la exportación de las especies vedadas provenientes de plantaciones forestales, sistemas agroforestales y árboles plantados, el interesado deberá obtener los permisos y certificados CITES, para lo cual se requieren los siguientes documentos:

Art. 21.- Actividad minera nacional. - La actividad minera nacional se desarrolla por medio de empresas públicas, mixtas o privadas, comunitarias, asociativas y familiares, de auto gestión o personas naturales, de conformidad con esta ley.

Art. 50.- Licencia de comercialización. - Las personas naturales o jurídicas que sin ser titulares de concesiones mineras se dediquen a las actividades de comercialización o exportación de sustancias minerales metálicas o a la exportación de sustancias minerales no metálicas, deben obtener la licencia correspondiente en el Ministerio Sectorial, de conformidad con lo establecido en el reglamento general de esta ley. Igual licencia deben obtener los concesionarios mineros que comercien sustancias minerales metálicas o exporten las no metálicas de áreas ajenas a sus concesiones.

Art. 52.- Registro de Comercializadores. - La Agencia de Regulación y Control Minero mantendrá el Registro de Comercializadores de sustancias minerales metálicas y de exportadores de minerales metálicos y no metálicos, con la finalidad de llevar un control estadístico de las actividades de comercialización interna y de la exportación de estas sustancias minerales, así como de verificar y precautelar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente ley.

3.5 Estudio de mercado de consumo de oro en Miami- Estados Unidos

La demanda global de oro en 2020 cayó a su menor nivel en 11 años debido a que el coronavirus trastornó al mercado, lo que causó un enorme acopio de inventarios por parte de inversores, pero derrumbó las ventas de joyerías y bancos centrales. La pandemia también transformó la geografía de las operaciones del oro, sacando lingotes desde Asia, donde la mayoría del metal se vende como joyas, y llevándolo a Europa y Estados Unidos, donde los inversores son los consumidores dominantes.

Lo dicho también hizo subir el valor del oro en 2020 un +25%, debido a que los inversores tienen un impacto mucho mayor sobre los precios que el mercado de las joyas. En 2020, la demanda global de oro cayó a 3.759,6 toneladas, una baja de un -14% respecto a 2019 y el primer año que no supera las 4.000 toneladas desde 2009. El año 2020 terminó con una nota débil, con la demanda desde octubre 2020 a diciembre 2020 en 783,4 toneladas, una caída interanual de -28% y el nivel más bajo para cualquier trimestre desde 2008.

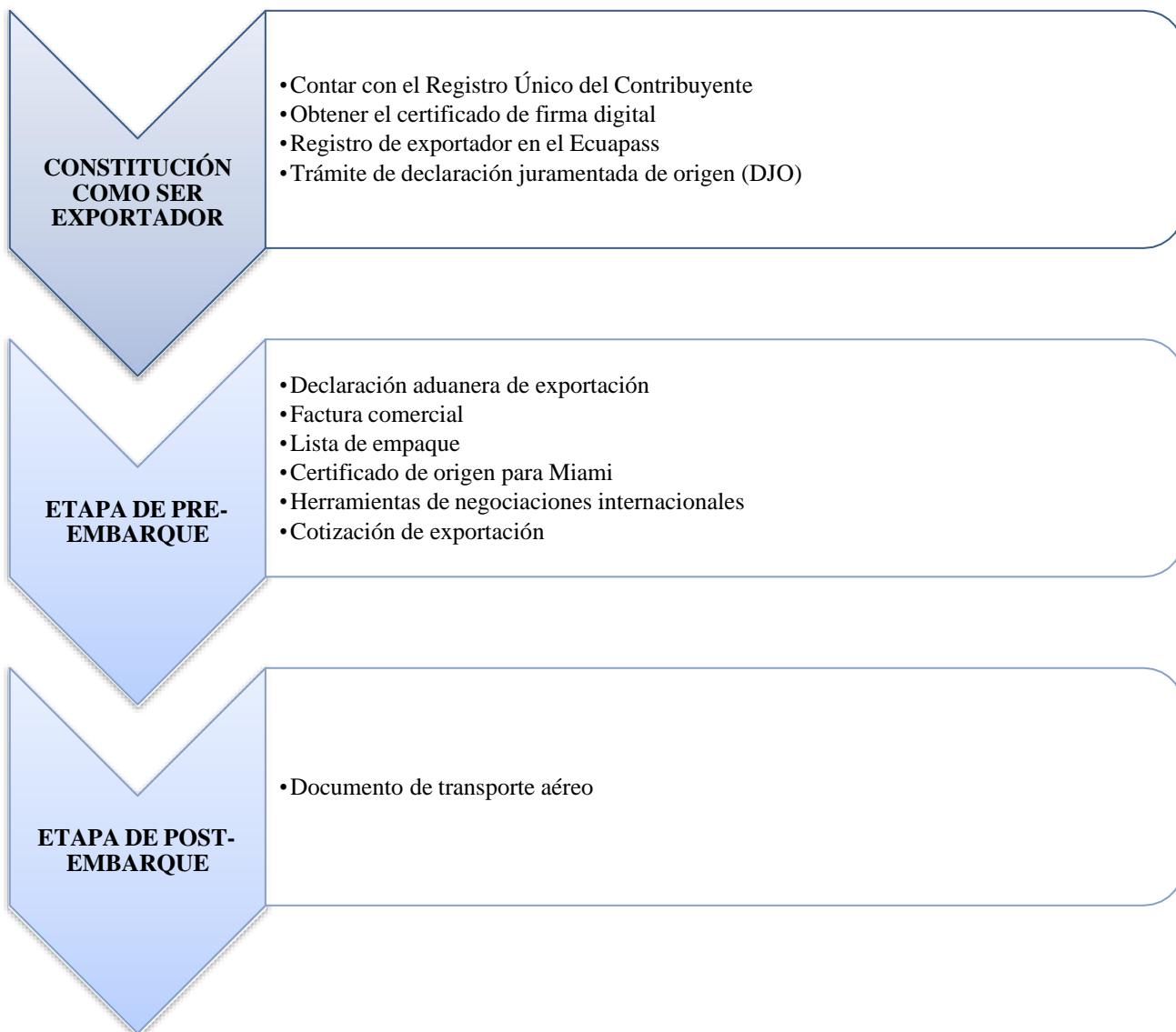
Esta estadística muestra el volumen de las importaciones de oro en Estados Unidos de 2007 a 2020. Las importaciones de oro estadounidenses alcanzaron su punto álgido en el año 2020, con aproximadamente 600 toneladas métricas. El oro es un elemento químico metálico de color amarillo brillante, el más dúctil y maleable de los metales, muy buen conductor del calor y la electricidad, escaso en la corteza terrestre y que se emplea en joyería, en la fabricación de monedas y, aleado con platino o paladio, en odontología.

Sin figurar como un productor de oro, la Florida tiene ahora entre sus negocios más brillantes y rentables el comercio del metal precioso, lo que lo convierte de manera sorprendente en uno de los sitios de compraventa a nivel mundial. Tal es la magnitud del negocio, que en corto tiempo dio el salto como producto número uno de exportación del Estado y como uno de los principales centros de importación de Estados Unidos.

Hasta septiembre pasado, las ventas internacionales de oro hechas desde la Florida habían superado los 5.200 millones de dólares, dentro de un gran total de 24.000 millones vendidos por Estados Unidos a los mercados exteriores. En el mismo periodo, las importaciones de la Florida eran ligeramente inferiores al monto exportado, mientras que las compras del país habían ascendido a más de 11.400 millones de dólares. Esto se puede explicar, en parte, porque en muchas esquinas de la ciudad de Miami proliferan avisos demandando el metal precioso.

3.6 Proceso de exportación de la propuesta

3.6.1 Proceso del exportador

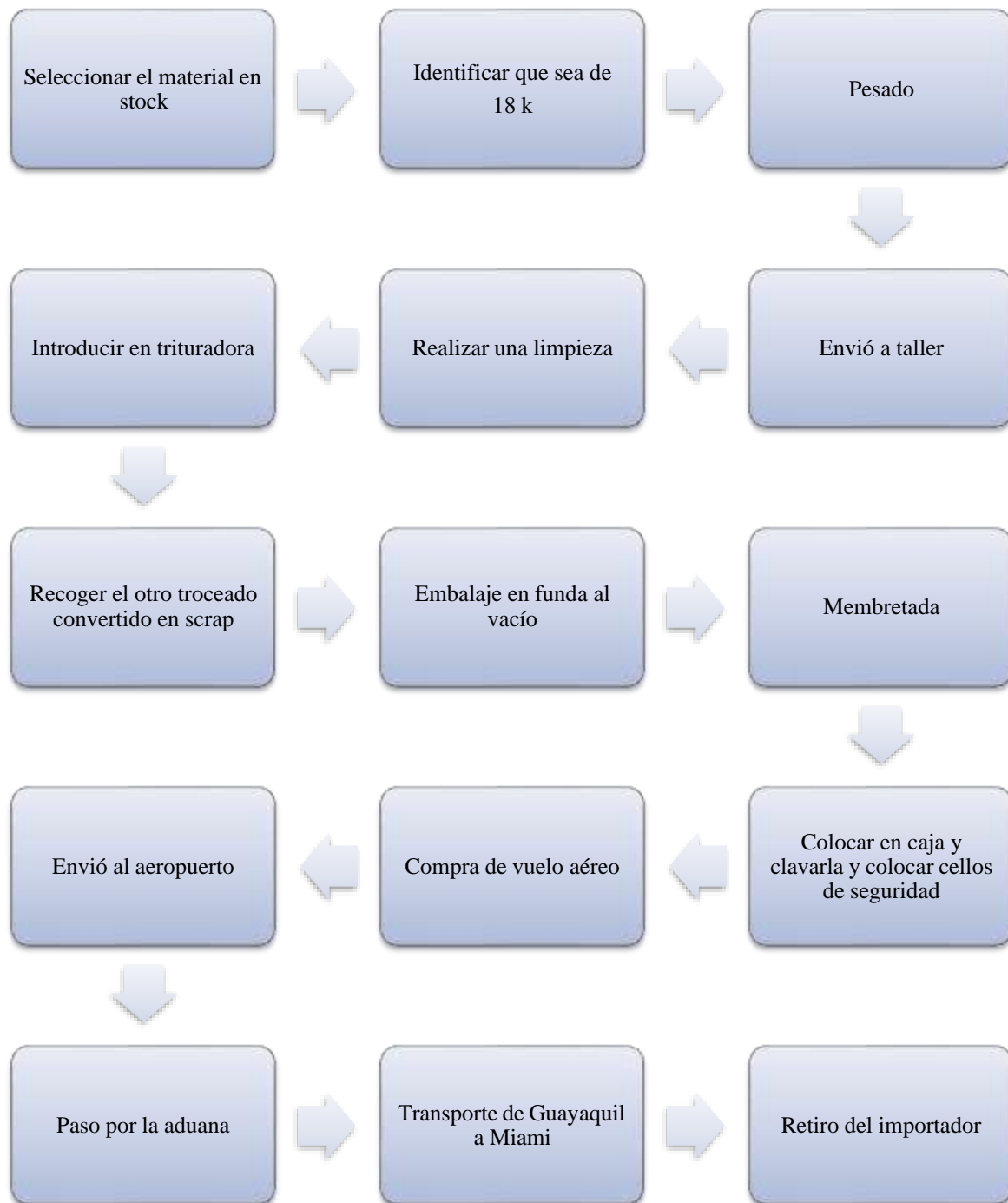


Fuente: Sondeo a empresa Orocash

Elaboración: El autor

3.6.2 Flujograma del proceso de exportación

Figura 1 Proceso de exportación de la propuesta



Fuente: *Sondeo a empresa Orocash*

Elaboración: *El autor*

3.6.3 Proceso de exportación

3.4.2.1 Mercado de Destino

Miami- Estados Unidos

3.4.2.2 Exportación Tipo de Transporte

Courier Aéreo.

3.4.2.3 Proceso de obtención

a) Selección

En esta etapa se realiza la selección de material viejo en stock, todo el producto recogido debe ser oro de 18 k ya que es la ley para la exportación este no debe ser mezclado con otro tipo de material.

Imagen 4 Selección del oro scrap



Elaboración: *El autor*

b) Pesado

Luego cada pieza es pesada para identificar y luego calcular los gramos

correspondientes.

Imagen 5 Pesado de cada pieza



Elaboración: *El autor*

c) Triturado

Todas las joyas recogidas de todas las joyerías que están distribuidas en todo el país se envían al taller para la chatarrización, el material es ingresado a la trituradora para dejar el oro en pedazos pequeños que sería el producto final y que se conoce como oro scrap.

Imagen 6 Obtención de oro scrap



Elaboración: *El autor*

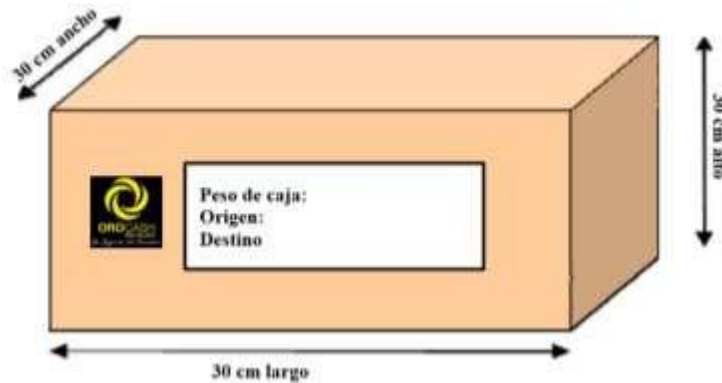
d) Envase

Cajas de madera membretada en todos los casos los envases tendrán la inscripción de la empresa

e) Embalaje

Para el caso de transporte vía aérea el oro ya transformado en scrap es colocado en una funda de seguridad membretada y posteriormente colocada en una caja de madera con dimensiones de 30x30x30 según especificaciones requeridas.

Imagen 7 Dimensiones de la caja para la exportación



Elaboración: *El autor*

f) Envío

Una vez que ya se obtiene embalado todo el material es transportado al aeropuerto, y por temas de seguridad no se puede ingresar al área donde el personal de la aduana hace el aforo físico y documental.

El material es enviado en un vuelo sin escala y es enviado sin ningún tipo de seguro ya que el importador retira el material personalmente del en el aeropuerto de Miami.

3.6.3 Proyección de ventas

Buscando establecer la viabilidad del proyecto de exportación de la empresa Orocash, analizan las variables de productividad máxima, proyección en ventas y el valor de la inversión inicial para verificar, posteriormente, la forma de financiación y la viabilidad financiera de tal inversión a realizar.

Tabla 17 Proyección de ventas

Meses	Caja de 4 kg
Mar-22	\$ 168.000,00
Abr-22	\$ 168.000,00
May-22	\$ 168.000,00
Jun-22	\$ 168.000,00
Jul-22	\$ 168.000,00
Ago-22	\$ 168.000,00
Sep-22	\$ 168.000,00
Oct-22	\$ 168.000,00
Nov-22	\$ 168.000,00
Dic-22	\$ 168.000,00
Ene-23	\$ 168.000,00
Feb-23	\$ 168.000,00
Total	\$ 2.016000,00

Fuente: Sondeo a empresa Orocash

Elaboración: El autor

Tabla 18 Presupuesto de ventas

4 kg a \$192,000	
Meses	Valor
Mar-22	\$ 192.000,00
Abr-22	\$ 192.000,00
May-22	\$ 192.000,00
Jun-22	\$ 192.000,00
Jul-22	\$ 192.000,00
Ago-22	\$ 192.000,00
Sep-22	\$ 192.000,00
Oct-22	\$ 192.000,00

Nov-22	\$ 192.000,00
Dic-22	\$ 192.000,00
Ene-23	\$ 192.000,00
Feb-23	\$ 192.000,00
Total	\$ 2.304000,00

Fuente: *Sondeo a empresa Orocash*

Elaboración: *El autor*

3.6.4 Estructura de costos fijos y variables

Costos fijos

Dentro de los costos se considera los pagos por servicio de telefonía fija, internet y Línea de Celular, el alquiler del local para las operaciones administrativas, el pago al personal y los costos para la estrategia de penetración de mercado.

Tabla 19 Costos fijos

COSTOS FIJOS		
Concepto	Total mensual	Total anual
Internet - servicio	\$ 67,50	\$ 810,00
Teléfono - servicio	\$ 40,00	\$ 480,00
Alquiler y Mantenimiento de local	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Pago a personal	\$ 100.000,00	\$ 1.200.000,00
	TOTAL	\$ 1.204.890,00

Fuente: *Sondeo a empresa Orocash*

Elaboración: *El autor*

3.6.5 Estructura de Inversión

La mayoría de estos costos representan todos los gastos que se han realizado antes del inicio del proyecto.

Tabla 20 Inversión tangible del proyecto

INVERSION TANGIBLE			
Concepto	Unidades	Precio unit.	total anual
Computadora	2	372,5	\$ 745,00
Laptop	1	401,1	\$ 401,10
Impresora	1	86	\$ 86,00
Teléfono	1	57,3	\$ 57,30
Escritorio	3	257,5	\$ 772,50
Silla	3	14,3	\$ 42,90
Útiles de oficina	1	1433,3	\$ 1.433,30
Extintor	1	43	\$ 43,00
Botiquín	1	14,3	\$ 14,30
Remodelación de oficina	1	1500	\$ 1.500,00
Mostrador	2	350	\$ 700,00
Archivador	1	57,3	\$ 57,30
Material para limpieza del oro	1	143	\$ 143,00
Lupa pequeña	2	8,6	\$ 17,20
Pañuelos Pulidores	50	0,6	\$ 30,00
Balanza	1	257,3	\$ 257,30
Triturador	1	850	\$ 850,00
Alicate para Crisol o Grafito	1	22,9	\$ 22,90
Laminador Eléctrico	1	1520	\$ 1.520,00
TOTAL			\$ 8.693,10

Fuente: Sondeo a empresa Orocash

Elaboración: El autor

Inversión

Inversión inicial total: \$1.387608,70

3.7 Ficha logística de Estados Unidos

- Perfil logístico

Tabla 21 Datos básicos

	ECUADOR	ESTADOS UNIDOS
Capital:	Quito	Washington D.C.
Lenguaje Oficial:	Español	Inglés
Población:	16,290,913 habitantes	328, 493, 118 habitantes
Moneda Oficial:	Dólar	Dólar
Tasa de Cambio:	1USD = 1USD	1USD = 1USD
PIB per cápita:	\$5,800 (Estimado 2016)	59,5 (Estimado 2016)
PIB \$	\$98.6 billones de dólares	\$ 19.36 billones de dólares
Importaciones:	\$16.2 billones de dólares	\$ 2.248 billones de dólares
Participación M/PIB:	16%	12%
Exportaciones:	\$ 16.8 billones de dólares	\$ 1.450billones de dólares
Participación X/PIB:	17%	7%

Fuente: (Banco Mundial, 2018)

Elaboración: El autor

- Índice de desempeño logístico

Tabla 22 Desempeño logístico

	RANKING		PUNTAJE	
	EC	EE. UU	EC	EE. UU
Índice Global	74	10	2.78	3.99
Aduana:	74	16	2.64	3.75
Infraestructura:	88	8	2.47	4.15
Envíos Internacionales:	65	19	2.95	3.65
Competencia Logística:	84	8	2.66	4.01
Rastreo y Seguimiento:	86	5	2.65	4.20
Puntualidad:	77	11	3.23	4.25

Fuente: (Banco Mundial, 2018)

Elaboración: El autor

- **Comercio Bilateral: Estados Unidos - Ecuador**

Tabla 23 Comercio Bilateral: Estados Unidos - Ecuador

Estados Unidos Exporta a Ecuador	Valor Exportado Millones de USD		% Variación
	2017	2017	
Descripción del producto			2017-2016
Cap. 85 los demás teléfonos móviles inteligentes (smartphones)	102,002	4%	73%
Cap. 85 teléfonos con corriente portadora	61,405	2%	58%
Cap. 23 tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos o en «pallets».	57,783	2%	-62%
Cap. 39 poli (cloruro de vinilo) obtenido por polimerización en suspensión	54,003	2%	50%
Cap. 84 máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, digitales, portátiles, de peso inferior o igual a 10 kg	53,603	2%	6%
Cap. 39 polietileno de densidad inferior a 0,94	40,354	2%	4%
Otros	2,280,956	86%	16%
Total General	2,650,106	100%	13%

Fuente: (Banco Mundial, 2018)

Elaboración: El autor

- **Relaciones Comerciales 2017: Estados Unidos - Mundo**

Tabla 24 Relaciones Comerciales: Estados Unidos - Mundo

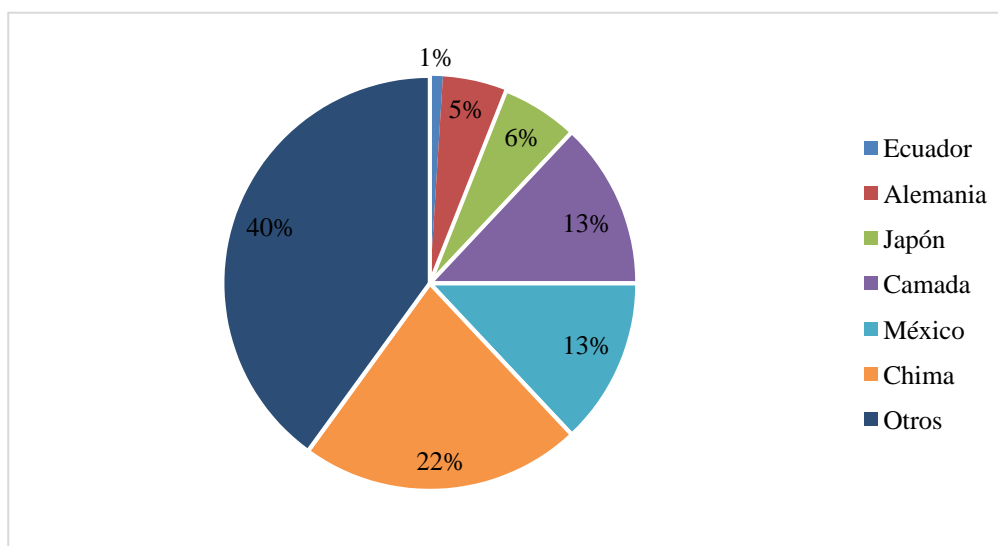
Importaciones Estados Unidos-Mundo	Valor Importados Millones de USD	Participación	% Variación
Descripción del product	2017	2017	2017-2016
Cap. 85 máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	356,784	16%	6%
Cap. 84 máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	349,105	16%	11%
Cap. 87 vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	294,588	13%	3%
Cap.30 productos farmacéuticos	96,43	4%	4%
Cap. 99 materias no a otra parte especificadas	91,288	4%	6%
Otros	1,017,052	46%	5%
Total General	2,205,247	100%	6%

Fuente: (Banco Mundial, 2018)

Elaboración: El autor

- **Participación Acumulada - Importaciones**

Gráfico 11 Participación Acumulada - Importaciones



Fuente: (Banco Mundial, 2018)

Elaboración: El auto

3.8 Costos logísticos

Tabla 25 Costos logísticos de flete

FINAL DESTINATION: NEW YORK (USA) Termino: CFR (Aeropuerto - Aeropuerto) 100 KG - 300 kg Termino de envio Prepaid. Producto: OROSCRAP (OROCASH)			
	AVIANCA	COPA AIRLINES	AMERICAN AIRLINES
DESCRIPCION FLETE / Tarifa Flete Aereo (Gye-Santiago)	1.230	1.289	1.453
FLETE	\$ 9.717,00	\$ 10.440,90	\$ 12.059,90
MR	\$ 861,00	\$ 0,00	\$ 60,00
CHC	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 60,00
Doc Fee & Handling	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 70,00
TOTAL APROX FLETE	\$ 10.608,00	\$ 10.480,90	\$ 12.249,90
GASTOS LOCALES ECUADOR			
GUIA	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 150,00
MANEJO DE DOCUMENTOS	\$ 60,00	\$ 100,00	\$ 135,00
IVA	\$ 8,40	\$ 13,20	\$ 34,20
TOTAL APROX	\$ 78,40	\$ 123,20	\$ 319,20
FREQUENCY	SUJETO A DISPONIBILIDAD DE ESPACIO		
AEROPUERTO DE ORIGEN	Gye		
TRANSIT	2 DIAS APROX (SALIDAS: Lunes, Miércoles y Viernes)		
VALID	28-ago-22		
TOTAL APROX FLETE Y LOCALES	\$10.686,40	\$10.604,10	\$12.569,10

Aquí se verifica las tres cotizaciones que se hicieron a las diferentes aerolíneas donde la oferta que vamos a tomar como referencia es COPA AIRLINES debido a que es la más económica

COSTOS LOGISTICOS DESDE AEROPUERTO GUAYAQUIL									
RUBRO	100 KG			200 KG			300 KG		
	VALOR SIN IVA	IVA	VALOR CON IVA	VALOR SIN IVA	IVA	VALOR CON IVA	VALOR SIN IVA	IVA	VALOR CON IVA
TRANSPORTE INTERNO DESDE PLANTA AL AEROPUERTO	\$70,00	\$0,00	\$70,00	\$80,00	\$0,00	\$80,00	\$90,00	\$0,00	\$90,00
ALMACENAJE APROX (5 DIAS)	\$12,00	\$1,44	\$13,44	\$18,00	\$2,16	\$20,16	\$18,00	\$2,16	\$20,16
GASTO OPERACIONAL	\$16,00	\$1,92	\$17,92	\$32,00	\$3,84	\$35,84	\$48,00	\$5,76	\$53,76
TARIFA DISTRIBUCION DE CARGA TCE	\$7,00	\$0,84	\$7,84	\$14,00	\$1,68	\$15,68	\$21,00	\$2,52	\$23,52
RECEPCION / DESPACHO	\$6,00	\$0,72	\$6,72	\$12,00	\$1,44	\$13,44	\$18,00	\$2,16	\$20,16
TOTALES GTOS. AEROPUERTO	\$111,00	\$4,92	\$115,92	\$156,00	\$9,12	\$165,12	\$195,00	\$12,60	\$207,60

Peso de carga	Kilos	Días
51 - 100 kg	100	5
Bodegaje		
12,00		
Días adicionales		
0,00		
Gasto Operacional		
16,00		
Tarifa Distribución de carga T.C.E		
7,00		
Recepción / Despacho		
6,00		
Subtotal		
41,00		
IVA		
4,92		
TOTAL		
45,92		

Peso de carga	Kilos	Días
101 - 300 kg	200	5
Bodegaje		
18,00		
Días adicionales		
0,00		
Gasto Operacional		
32,00		
Tarifa Distribución de carga T.C.E		
14,00		
Recepción / Despacho		
12,00		
Subtotal		
76,00		
IVA		
9,12		
TOTAL		
85,12		

Peso de carga	Kilos	Días
101 - 300 kg	300	5
Bodegaje		
18,00		
Días adicionales		
0,00		
Gasto Operacional		
48,00		
Tarifa Distribución de carga T.C.E		
21,00		
Recepción / Despacho		
16,00		
Subtotal		
105,00		
IVA		
12,60		
TOTAL		
117,60		

Costos logísticos aproximados que se dan por almacenaje en el aeropuerto de Guayaquil.

SERVICIO DE DESPACHO DE ADUANA EXPORTACION AEREA (100 A 300 KG)				
RUBRO	TARIFA SIN IVA	IVA	TOTAL TARIFA CON IVA	COMENTARIOS
ENVIO ELECTRONICO DAE EXPORTACION AEREA (CON TOKEN DEL CLIENTE)	\$180,00	\$21,60	\$201,60	POR CADA TRAMITE
TOTAL DESPACHO DAE.....			\$201,60	
OTROS TRAMITES DE EXPORTACION (VARIABLES EN CASO DE APLICAR)				
ELABORACION DE CERTIFICADO DE ORIGEN	\$50,00	\$6,00	\$56,00	POR CADA CERTIFICADO
GESTION DE COORDINACION POR INSPECCION ANTINARCOTICOS HASTA EL ALMACEN TEMPORAL	\$30,00	\$3,60	\$33,60	POR TRAMITE (DEBE DE ESTAR EL REPRESENTANTE DEL EXPORTADOR)
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$80,00	\$9,60	\$89,60	
TOTAL COSTOS DESPACHO DE ADUANA	\$260,00	\$31,20	\$291,20	

Referencia de valores por concepto de honorarios los mismos que no varían dependiendo de la cantidad exportada.

COSTOS LOGISTICOS EN ORIGEN (CPT) X KILO				
TIPO DE COSTO	RUBRO	100 KG	200 KG	300 KG
	DESPACHO DE ADUANA	\$291,20	\$291,20	\$291,20
TOTAL BÁSICO		\$291,20	\$291,20	\$291,20
COSTOS VARIAB LES	FLETE AEREO	\$10.604,10	\$21.208,20	\$31.812,30
	ALMACENAJE Y TRANSPORTE	\$115,92	\$165,12	\$207,60
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$10.720,02	\$21.373,32	\$32.019,90
SUMA COSTOS POR KILO (100-200-400)		\$11.011,22	\$21.664,52	\$32.311,10

	100 KG	200 KG	300 KG
COSTOS LOGISTICOS TOTALES (FLETE,ALMACENAJE,TRANSPORTE LOCAL, DESPACHO DE ADUANA)	\$11.011,22	\$21.664,52	\$32.311,10

RUBROS	100 KG	200 KG	300 KG
COSTO PRODUCTO POR KILO (100-200-400)	\$3.000.000,00	\$6.000.000,00	\$9.000.000,00
COSTO LOGISTICO TOTAL X KILO (100-200-400)	\$11.011,22	\$21.664,52	\$32.311,10
COSTO TOTAL X KILOS (100-200-400) (PRODUCTO+LOGISTICA DE X)	\$3.011.011,22	\$6.021.664,52	\$9.032.311,10
PRECIO DE VENTA TOTAL (100-200-400)	\$ 4.500.000,00	\$9.000.000,00	\$18.000.000,00
UTILIDAD X KILOS (100-200-400)	\$1.488.988,78	\$2.978.335,48	\$8.967.688,90

Se ubican los valores en las 3 cantidades posibles de exportar (100 – 200 – 300) con su respectiva utilidad por cada kilo.

Elaboración: *El autor*

Conclusiones

En el Ecuador el sector minero es uno de los menos explotados o de menor dinamismo debido a que no existe un incentivo para la minería, es por ello que no existe tanta competencia dentro del sector, hay que resaltar que las altas exigencias impuestas por el nuevo gobierno ecuatoriano han llevado a que muchas empresas mineras cierren sus actividades y busquen otros países para su inversión

La empresa Orocash por la calidad de sus productos y el manejo correcto de los precios internacionales de oro puede exportar su producto a mercados extranjeros, siendo ahora el mercado meta Estados Unidos, ya que este es un país consumidor de oro, el mismo que es utilizado en diferentes ramas como son la joyería, la electricidad, la industria de repuestos, etc. Por ello para la empresa es de vital importancia implementar un departamento de Comercio

Exterior, de esta manera se puede tener un control directo sobre los trámites y procesos de exportación, así como también disminuir gastos y evitar tener una empresa intermediaria que realice esta actividad. ·

De acuerdo al estudio de factibilidad para la ejecución de un plan de exportación de oro scrap de la empresa Orocash de Guayaquil hacia Miami - Estados Unidos se logró determinar que el proyecto es completamente viable, tomando en consideración que el valor del VAN es de \$10.072.411,56 y la TIR en 10.66%. Al haber realizado los cálculos pertinentes del proyecto se determina que el valor de inversión se recuperará en el tercer año, por ellos desde el cuarto año la empresa tendrá utilidades notables y así demostrará que el proyecto es factible.

Recomendaciones

Es necesario que la empresa con el tiempo adquiera maquinarias de mayor y mejor tecnología para poder aumentar su capacidad productiva y aumentar su oferta hacia el mercado internacional, así también es necesario el aumento de obreros y personal calificado.

Se recomienda que el Ecuador busque restablecer más los tratados comerciales con otros países a parte de Estados Unidos ya que este es nuestro primer socio comercial y nos podría beneficiar en varios aspectos, así como también se aprovecharían las oportunidades de los mercados para nuestros productos de exportación.

Dada la influencia entre las variaciones del precio internacional del oro y el comportamiento del PBI real de Estados Unidos sobre la exportación del oro en el Ecuador, el gobierno debería promover alianzas que permitan el intercambio internacional con los socios comerciales que demandan oro.

Las variaciones del precio internacional del oro tienen una influencia positiva frente a la exportación del oro, además se muestra un grado de asociación positiva y fuerte, durante los últimos años el precio ha incrementado, y sigue aumentando; por ello el gobierno debería

desarrollar políticas de inversión aprovechando tal coyuntura y promoviendo un uso óptimo en la explotación de este recurso por parte de las empresas mineras, igualmente generar políticas de riesgo.

Bibliografía

- Aduanas del Ecuador. (06 de 07 de 2021). *Manual específico para el proceso de exportaciones*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/files/pro/pro/oce/2014/SENAE-MEE-2-2-001-V3.pdf>
- Amendaño, M. V., & Jhonny José Delgado Samaniego. (2015). Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/Informe-SGP-con-Estados-Unidos-20-oct-final.pdf>
- Banco Mundial. (2018). *ficha logistica de estados unidos proecuador*. Obtenido de <http://logistica.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/FICHA-Estados-Unidos-FINAL-pdf.pdf>
- Barragán, R., Salman, T., Aillón, V., Córdova, J., Langer, E., Sanjinés, J., & Rojas, R. (2013). *Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación* (Cuarta ed.). La Paz: PIEB.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Campos, G., & Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45-60.
- Castelan, J. (25 de Mayo de 2021). *¿Para qué sirven las tablas dinámicas en Excel? Optimiza tu análisis de datos*. Obtenido de <https://www.crehana.com/ec/blog/marketing-digital/que-son-las-tablas-dinamicas-y-como-usarlas-en-mi-estrategia/>
- Ceballos, A. (25 de 07 de 2021). *Comercio y aduanas*. Obtenido de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/plan-exportacion-estructura/>
- Consejo Nacional de Planificación. (28 de Mayo de 2018). *Toda una Vida. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Obtenido de https://siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/siteal_ecuador_0244.pdf

f

- Constitución de la república del Ecuador. (27 de Enero de 2009). *LEY DE MINERIA*.
Obtenido de https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_mineria.pdf
- Constitución de la república del Ecuador. (05 de 07 de 2021). *LEY DE MINERIA*. Obtenido de
https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_mineria.pdf
- COPCI, C. O. (21 de Agosto de 2018). Obtenido de
<https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Delatorre, A. K. (5 de Junio de 2021). *lexlatin*. Obtenido de
<https://lexlatin.com/entrevistas/comercio-internacional-estrategias-ecuador-necesita-nueva-normalidad>
- Delgado, J. (05 de 06 de 2021). “*La incidencia del acuerdo comercial entre el Ecuador y el EFTA en el sector de exportación de oro*”. Obtenido de
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9339/1/UPS-QT07174.pdf>
- Fideas G. arias. (2006). *El proyecto de investigacion*. Venezuela: Episteme. Obtenido de
https://issuu.com/fidiasgerardoarias/docs/fidias_g._arias._el_proyecto_de_inv
- Garcia, I. (05 de 07 de 2021). *Emprende Pyme*. Obtenido de
<https://www.emprendepyme.net/que-es-la-exportacion-de-productos.html>
- Gordón, P. F. (2011). *EL COMERCIO EXTERIOR: ANÁLISIS HISTÓRICO CUALITATIVO Y CUANTITATIVO DE LAS EXPORTACIONES DE LOS PRODUCTOS TRADICIONALES DEL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS*”. Obtenido de
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1193/1/tad1043.pdf>
- Hernandez, Fernandez, Batista. (05 de 07 de 2021). *Metodologia de la investigacion*.
Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Imaginario, A. (06 de 07 de 2021). *Significados*. Obtenido de
<https://www.significados.com/foda/>
- Jiménez, A. R., & Alipio Omar Pérez Jacinto. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 11.
- kanvel. (17 de 07 de 2021). *Distribución internacional: estrategias, sistemas y claves legales que hay que conocer*. Obtenido de <https://kanvel.com/distribucion-internacional/>
- Limaylla, A. Q. (2013). *El uso de las encuestas en las ciencias sociales*. Madrid: Ediciones

- Díaz de Santos.
- Orocash. (31 de 08 de 2021). *Orocash* . Obtenido de <https://orocashcuador.com/blogs/noticias/invertir-en-joyas-de-oro>
- Ortiz, A. (26 de 11 de 2020). *Logística de exportación | Importancia y proceso en el comercio internacional*. Obtenido de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/logistica-exportacion>
- Presidencia de Ecuador. (2021). *Plan de Creación de Oportunidades 2021 2025*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>
- QuestionPro. (6 de 07 de 2021). *Question Pro* . Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-pest/>
- Ricci, L. A. (2018). *CAPA: un sistema de calidad para eliminar o mitigar los riesgos*. Obtenido de <http://blog.cgmpdoc.com/2014/12/capa-un-sistema-de-calidad-para-eliminar-o-mitigar-los-riesgos/>
- Ruff, P. E. (2018). *Síntesis de teorías sobre la internacionalización de empresas: estudio en base a empresas de países desarrollados y emergentes*. Santiago- Chile: AREA NEGOCIOS INTERNACIONALES FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS UNIVERSIDAD DE CHILE. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/164008/Sintesis-de-teorias.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SENAE. (2017). *Resolución Nro. SENAE-SENAE-2017-0564-RE*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/10/SENAE-SENAE-2017-0564-RE-vigente.pdf>
- Serrana, J. I. (01 de 09 de 2021). *Retos - operaciones - logistica*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/distribucion-internacional-estrategias-que-debes-conocer/>
- SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR. (25 de Septiembre de 2017). *SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/10/SENAE-SENAE-2017-0564-RE-vigente.pdf>
- SGP, S. G. (2011). *Peticiones para Agregar Productos*. Obtenido de Excepciones a las Limitaciones de Necesidad Competitiva

Urgilés, G. P. (28 de Julio de 2018). *ECUADOR Y EL COMERCIO CON ESTADOS UNIDOS: EVOLUCIÓN, COMPOSICIÓN Y TENDENCIAS*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/507-Texto%20del%20art%C3%ADculo-10829-1-10-20210216.pdf

Anexos

Anexo 1 Formato de la observación



Tabla 26 Ficha de observación

Nombre	Michael Kelvin Álvarez Torres			
Tema de investigación	Plan de exportación de oro scrap desde la empresa Orocash de Guayaquil hacia Miami- Estados Unidos para el periodo del 2022 al 2023			
Tema de la bitácora	Elaboración del proceso de exportación			
Fecha	Descripción de la observación	Datos recabados	Observaciones	Conclusión
13/12/2021	Selección del material viejo en stock	Se toma el inventario más viejo en stock	Todo el producto recogido debe ser oro de 18 k ya que es la ley para la exportación y no se puede mezclar	Es importante seleccionar el producto correcto.
15/12/2021	Proceso de producción	Se selecciona todas las joyas a nivel país se envía al taller para la chatarrización	Se ingresa el material a la trituradora para dejar el oro en pedazos pequeños	Este es el producto que se conoce como oro scrap
24/12/2021	Proceso de exportación	Funda de seguridad membretada Caja de madera de 30x30x30 según especificaciones Es enviado mediante la compra de un boleto aéreo	No se puede ingresar al área	Es enviado en un vuelo si escala y no hace falta que este asegurado

Realizado por: Michael Álvarez

Anexo 2 Formato de la entrevista al gerente



1) ¿Cómo dueño y gerente de la empresa Orocash cuáles son sus perspectivas al ingresar al mercado de Miami- EEUU?

Se pretende incrementar la demanda del producto y si es posible llevar a cabo el perfeccionamiento pasivo ya que con ello se ahorraría tiempo y dinero.

2) ¿Para realizar el proceso de exportación del producto por cual aerolíneas realiza esto?

Para el ingreso al mercado de Miami se ha trabajado ya desde mucho tiempo con la Aerolínea UPS y American Airlines

3) ¿Cree Ud. que el ingreso al mercado de EEUU va ser complicado a diferencia de otros países?

Es más factible realizar el envío a Miami ya que reduce costos ya que solo se compra el boleto aéreo si escalas.

4) ¿Qué volúmenes tiene como objetivo poder exportar hacia el mercado de Miami EEUU?

No se puede decir a ciencia cierta el volumen de exportación ya que muchas veces depende de la disponibilidad de las fechas, pero más o menos está en un rango de 300 a 400 kilos mensuales.

5) ¿Cuál es costo de exportación que paga la empresa Orocash para el envío de el oro scrap al mercado de Miami?

Para el envío del producto se compra un boleto aéreo si escalas y el costo de envío es de \$ 1900 como se dijo dependiendo las fechas y disponibilidad.

6) ¿Considera que es más rentable para ambas partes realizar el

¿perfeccionamiento pasivo en EEUU?

Si ya que con ello se puede favorecer a ambas naciones y traer consigo acuerdos comerciales fortaleciendo el proceso de perfeccionamiento disminuyendo tiempos y costos de producción y con ello se puede realizar el envío a más países cercanos.

Anexo 3 Formato de entrevista al encargado



1) ¿Cómo ha sido el proceso para ingresar en diferentes países?

Cada país tiene diferentes restricciones y permisos que cumplir en el caso del mercado de Miami o hace falta de un seguro y a los países como Turquía donde se realiza el perfeccionamiento pasivo hay que cumplir con un régimen de reimportación por lo que es necesario de un seguro.

2) ¿Considera que el plan de exportación requiere de un perfeccionamiento?

Es importante mantenerse innovando en relación a todos los procesos como que se relacione con la exportación del producto ya que día a día cambia las restricciones de cada país y existe reformas que se desconoce esto con la finalidad de optimizar el servicio.

3) ¿Piensa que el proceso de exportación al mercado de EEUU será más complejo a diferencia de otros países?

No ya que como se dijo el producto es enviado de manera directa en un vuelo sin escalas por lo que no hace falta de la compra de un seguro

4) ¿Cree rentable realizar el proceso de perfeccionamiento pasivo en Miami-EEUU?

Es una buena alternativa ya que el país se encuentra más cerca del país y esto reduciría costos y tiempos entonces esto beneficia a la empresa.

5) ¿Qué piensa sobre el tema de la mano de obra para el perfeccionamiento pasivo en EEUU?

Esto constituye una ventaja en la reducción de costos cuando la mano de obra extranjera es más barata y beneficia a la empresa y al negocio entre ambas naciones.

Anexo 4 Formato de las encuestas



1) Estaría Ud. interesada en comprar oro scrap de la empresa Orocash

- Si
- No

2) Como le gustaría que se lleva a cabo el proceso de exportación

- Exportación Directa
- Exportación indirecta

3) Forma de presentación del producto

- Joyas
- Scrap
- En bruto

4) Si importa el producto le gustaría que el envío este asegurado

- Si

- No

5) Cada cuanto realiza el proceso de importación de oro

- Semanal
- Quincenal
- Mensual

6) Cuál será la cantidad de kilos que Ud. importaría como prueba al mes

- 100 – 200 kilos
- 300 – 400 kilos
- 500 a más kilos

7) Cuanto estaría dispuesto a pagar por kilo de oro

- 40.000.00
- 50.000.00
- 60.000.00